



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

# MÓDULO VII



## “PROGRAMACIÓN Y DIRECCIÓN DE CONGRESOS Y EVENTOS”

Periodo académico: Septiembre 2011 – Febrero 2012

Duración: 30 créditos

Loja – Ecuador

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

Dr. Gustavo Villacís Rivas Mg. Sc.

**RECTOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

Dr. Ernesto González Pesantes Mg. Sc.

**VICERRECTOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

Dr. Rogelio Castillo Bermeo Mg. Sc.

**DIRECTOR DEL ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Dr. Mauricio Aguirre Aguirre Mg. Sc.

**COORDINADOR DE PREGRADO**

Lic. Diana Nagua Suing Mg. Sc.

**COORDINADORA DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN  
TURÍSTICA**

**RESPONSABLES DEL REDISEÑO:**

María Edith Salazar Quevedo  
Sandra Gonzaga Cueva  
María Paulina Paladines Ludeña

## **MODULO VII**

### **“PROGRAMACION Y DIRECCION DE CONGRESOS Y EVENTOS”**

#### **CONTENIDO PROGRAMACION MICRO-CURRICULAR**

- I. PRESENTACIÓN
- II. DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA QUE ABORDA EL MODULO
- III. OBJETO DE TRANSFORMACIÓN
- IV. OBJETIVOS
- V. COMPETENCIAS O PRÁCTICAS PROFESIONALES
- VI. PERFIL PROFESIONAL QUE CUBRE EL MÓDULO
- VII. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN FORMATIVA.
- VIII. REFERENTES TEÓRICOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS
- IX. PRACTICAS PREPROFESIONALES O PASANTÍAS Y, ACTIVIDADES DE VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD
- X. METODOLOGÍA
- XI. DETERMINACIÓN DE TIEMPO Y CREDITOS
- XII. PRODUCTOS ACREDITABLES
- XIII. CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN, ACREDITACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LOS APRENDIZAJES
- XIV. EQUIPO DOCENTE
- XV. BIBLIOGRAFÍA
- XVI. MATRIZ DE DESARROLLO DEL MÓDULO

# PLANIFICACIÓN MICRO-CURRICULAR

## 1.- PRESENTACION

La Universidad Nacional de Loja consciente de su rol social de contribuir cada vez más significativamente a la solución de los problemas locales, regionales y nacionales, en 1990 tomó la trascendental decisión de impulsar la reforma académica institucional mediante la implementación del Sistema Académico Modular por Objetos de Transformación (SAMOT), en todas sus unidades, como proyecto fundamental para mejorar la calidad y pertinencia de la formación profesional sobre la base de la integración estratégica de las funciones universitarias.

A partir de septiembre de 2002 la Universidad Nacional de Loja, entra en un proceso de reestructuración académica por Áreas Académico Administrativa. En este sentido, se conforma el Área Jurídica, Social y Administrativa, por cuanto, así lo exige y determina las condiciones y exigencias institucionales.

Dentro de esta dinámica, el Área asume a la Carrera de Administración Turística desde un enfoque integral y de bienestar del ser humano en donde las personas son el eje de esta actividad, por lo tanto el currículo de la Carrera en sus diferentes niveles, está orientado a formar profesionales con clara conciencia social, económica, política y cultural que caracteriza a nuestra sociedad y que son los aspectos que constituyen el entorno, reconociéndose en él, factores que potencian o limitan el desarrollo regional.

En este sentido el Modulo Séptimo denominado: "Programación y Dirección de Congresos y Eventos"; de la Carrera de Administración Turística, responde al posicionamiento, misión y visión de la institución, buscando orientar y canalizar las iniciativas y aptitudes de los estudiantes, en cuanto planificación, organización y ejecución de los mismos.

En razón de ello, el estudiante de la Carrera de Administración Turística, responde a una estructura y organización modular orientada a la reflexión

creando un vasto interés por conocer las técnicas y procedimientos adecuados para el desarrollo de los Congresos y Eventos, que es una alternativa para el progreso económico, social y cultural de la Región Sur del Ecuador.

## **2.- DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA QUE ABORDA EL MÓDULO**

Cada vez es más frecuente la organización de congresos y evento pero la falta de formación y planeación, sigue siendo un problema que trae como resultado un evento caro, o bien un evento que termina por no realizarse, o un evento con poca asistencia.

Para contrarrestar esta problemática la Carrera de Ingeniería en Administración Turística a través del módulo Programación y Dirección de Congresos y Eventos ha generado un proceso cognoscitivo básico sobre esta temática, a fin de que el profesional maneje un conjunto de categorías y conceptos que le permitan adquirir habilidades y destrezas para la dirección adecuada de los eventos.

Por consiguiente, la formación profesional deberá estar enmarcada en un proceso teórico y práctico, de reflexión y acción, orientada al conocimiento de la delimitación y campo de acción de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística.

En la actualidad la industria Turística y empresarial está ligada a los Congresos y Eventos, lo que se ha convertido en una alternativa de ingresos económicos, generación de empleo y mejoramiento de la calidad de vida.

## **3.- OBJETO DE TRANSFORMACIÓN**

En la actualidad los congresos y eventos se han convertido en una modalidad de turismo que genera desarrollo social y económico, sin embargo en la Región Sur del Ecuador éstos no son manejados técnicamente debido al limitado número de profesionales que manejan esta temática, lo que ocasiona insatisfacción de las personas que contratan este tipo de servicios; de allí la importancia de que un profesional en turismo cuente con los conocimientos, habilidades y destrezas para planificar, organizar, ejecutar y evaluar los congresos; eventos sociales, culturales y académicos.

#### **4.- OBJETIVOS DEL MÓDULO**

- Proporcionar al estudiante una adecuada información sobre la problemática de la Congresos y Eventos en la RSE.
- Impartir conocimientos sobre de los procesos técnicos que se deben desarrollar antes, durante y después de la planificación, organización y ejecución de los Congresos y Eventos.
- Desarrollar en el estudiante habilidades y destrezas para la aplicación de metodologías y técnicas que requiere el proceso investigativo, con la finalidad de dar solución a la problemática en el campo de los Congresos y Eventos.

#### **5. PRÁCTICAS PROFESIONALES PARA LAS QUE HABILITA EL MÓDULO**

- Investiga la realidad de los congresos y eventos con el entorno actual, entendiendo la problemática social y la vinculación con la colectividad
- Aplica las herramientas para el manejo de un congreso y evento
- Comercializa espacios y servicios de eventos para la satisfacción del cliente

- Desarrolla propuestas para coordinar un congreso y evento asegurando su rentabilidad

## **6. PERFIL PROFESIONAL QUE CUBRE EL MODULO**

Para la investigación de la realidad de los congresos y eventos con el entorno actual, entendiendo la problemática social y la vinculación con la colectividad

- Destreza para identificar la problemática local en cuanto a la dirección y organización de un congreso y evento
- Destreza para recopilar información de primera mano a través del uso de diferentes instrumentos de investigación (cuestionarios, guías de entrevistas, registros de información)
- Capacidad de razonamiento para proponer alternativas de solución a la problemática de congresos y eventos

Para la aplicación de las herramientas para el manejo de un congreso y evento

- Suficientes conocimientos de planificación, organización y ejecución de un congreso y evento.
- Actitud de trabajo de campo

Para la comercialización de espacios y servicios de eventos para la satisfacción del cliente

- Comercializar espacios y servicios de eventos después de haber identificado al cliente potencial,

Para el desarrollo de propuestas para coordinar un congreso y evento asegurando su rentabilidad

- Capacidad para investigar la realidad local
- Capacidad para aplicar instrumentos de investigación

- Capacidad para procesar información de primera mano
- Habilidad para socializar la propuesta

## **7. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN FORMATIVA**

El desarrollo del módulo implica un proceso de investigación – acción participativa que se concretará en las siguientes tareas:

- a) Revisión y sistematización de la información relacionada con los pasos para la planificación y organización de eventos y ferias.
- b) Revisión de información relacionada con los pasos para la planificación y organización de un congreso
- c) Revisión de información relacionada con los pasos para la planificación y organización de Eventos Sociales

### **Primer Momento: Revisión y sistematización de la información relacionada con los pasos para la planificación y organización de eventos y ferias**

En este momento se cumplirá las siguientes tareas:

- 1) Conocimiento de nociones básicas sobre eventos y ferias
- 2) Comprensión de la importancia en la organización de una feria
- 3) Levantamiento de Información de las ferias

### **Segundo Momento: Revisión de información relacionada con los pasos para la planificación y organización de un congreso**

En este momento se cumplirá las siguientes tareas:

1. Conocimientos de nociones básicas sobre congresos
2. Aplicación de las herramientas y técnicas a utilizarse para la ejecución de un congreso

3. Presupuesto para el manejo adecuado y técnico de un congreso

### **Tercer Momento: Revisión de información relacionada con los pasos para la planificación y organización de Eventos Sociales**

En este momento se cumplirá las siguientes tareas:

- 1) Conocimientos de nociones básicas sobre eventos sociales
- 2) Aplicación de las herramientas y técnicas para el desarrollo de los eventos sociales

## **8.- REFERENTES TEÓRICOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS**

Los contenidos teórico-prácticos de apoyo en el proceso de investigación en los diferentes momentos son:

### **MOMENTO I**

#### **CAPITULO I: EVENTOS**

1.1 Concepto de Evento

1.2 Tipos de Eventos en General

#### **CAPÍTULO II: FERIAS Y EXPOSICIONES**

2.1 Concepto de Ferias

2.2 Objetivos de una Feria

2.3 Tipos de Ferias y Exposiciones

2.4 Coordinación de los Expositores

2.5 Primera Etapa: Pre – Feria

2.6 Grupo Organizador

2.7 Segunda Etapa: Feria

2.8 Tercera Etapa: Post Feria

## **MOMENTO II**

### **CAPÍTULO III: PLANIFICACIÓN DEL CONGRESO**

3.1 Definición del Congreso

3.2 Objetivos del Congreso

3.3 Participantes

3.4 Ejecución y plan del congreso

### **CAPÍTULO IV: EL PRESUPUESTO Y LAS SECRETARÍAS**

4.1 Responsabilidad Financiera

4.2 Peligros del Presupuesto

4.3 Las fuentes de los ingresos del Presupuesto

4.4 Gastos del Presupuesto

4.5 La exhibición comercial

4.6 Secretarias

### **CAPÍTULO V: CONGRESO Y POST CONGRESO**

5.1 Días previos y celebración

5.2 Servicios en el lugar del congreso

5.3 Inauguración del congreso

5.4 Eventos Sociales

5.5 Clausura

## **5.6 Post Congreso**

### **MOMENTO III**

## **CAPÍTULO VI: EVENTOS SOCIALES**

### **6.1 Clases de eventos sociales**

### **6.2 Tipos de eventos sociales**

### **6.3 Diferentes tipos de matrimonios de acuerdo a la religión**

### **6.4 Pasos para un matrimonio eclesiástico**

### **6.5 Pasos para un matrimonio civil**

### **6.6 Otros eventos sociales**

## **9. PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES O PASANTÍAS Y ACTIVIDADES DE VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD**

### **Prácticas Pre profesionales**

Los estudiantes realizarán las prácticas profesionales en Instituciones y Empresas Públicas y Privadas en donde se organicen congresos y eventos sociales, culturales y académicos, participando en la planificación, organización y ejecución de los mismos.

### **Salidas de Observación**

Las salidas de campo se realizaran a nivel nacional y local en ferias y centro de convenciones

## **10.- METODOLOGÍA**

- Cada grupo tendrá a un coordinador – docente que se encargará de hacer el seguimiento del estudio de los referentes teóricos y brindará las orientaciones necesarias a lo largo del proceso de investigación para el logro de los resultados esperados.
- La conformación de varios grupos de estudiantes que determinarán una problemática de estudio a investigar.
- El manejo de herramientas para determinar las estrategias que se deben utilizar antes, durante y después en una feria y congreso.
- El estudio personal de los referentes teóricos previstos y la elaboración de mapas conceptuales, resúmenes, reportes individuales y grupales y otros.
- La realización de talleres y otras estrategias para la construcción de los productos de cada momento de investigación, como para su socialización y enriquecimiento.
- El estudiante tendrá visitas técnicas a establecimientos en donde se desarrollan los Congresos y Eventos, lo que le permitirá conocer la realidad de los mismos.
- El estudiante tendrá la oportunidad de conjugar la teoría con la práctica al tener la oportunidad y ser partícipe en la planificación, organización y ejecución de un congreso y evento.

## **11. DETERMINACIÓN DE TIEMPO Y CREDITOS**

Los módulos tendrán una duración de 96 días laborables según el calendario académico de la Universidad equivalente a 30 créditos, programados en tres momentos y con duración de cada uno de 34 días fase.

## **12. PRODUCTOS ACREDITABLES**

Los productos acreditables del módulo son el resultado del proceso académico investigativo que serán evaluados y calificados en forma permanente, sistemática e integral, mediante las evidencias de aprendizaje logradas a través del conjunto de estrategias didácticas planificadas en el módulo.

### **Primer momento**

En cuanto a la revisión y sistematización de la información relacionada con los pasos para la planificación y organización de un evento y feria

a). Elaboración de una propuesta de una feria siguiendo los pasos de planificación de la misma.

### **Segundo momento**

En cuanto a la revisión de información relacionada con los pasos para la planificación y organización de un congreso

a). Elaboración de una propuesta de un congreso académico y del presupuesto de costes para la realización del mismo.

### **Tercer momento**

En cuanto a la revisión de información relacionada con los pasos para la planificación y organización de Eventos Sociales

a). Elaboración de una matriz de actividades que se realizaran antes, durante y después de un evento social. Informe final de la planificación de un evento social.

## **13. CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN, ACREDITACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LOS APRENDIZAJES**

La evaluación estará presente desde el momento de la planificación del módulo, durante su desarrollo y en todas y cada una de las actividades que

se llevan a cabo, de modo que lleguemos a interpretar, comprender y explicar teórica y axiológicamente que está pasando con el aprendizaje individual y colectivo de los estudiantes, con las condiciones que propician o dificultan el aprendizaje que se está logrando, que se ha producido como se puede potenciar el proceso y sus resultados.

Se evaluará cuatro esferas del conocimiento que son:

La esfera cognoscitiva

La esfera psicomotriz

La esfera afectiva

El proceso de investigación

La acreditación requiere que en forma consciente y comprometida los participantes:

**a) Con referencia a la evaluación de los contenidos conceptuales:** éstos se refieren a conceptos, hechos o datos.

Para la evaluación de conceptos se pueden presentar tareas de definición de significados, en las cuales se reproduce una definición; tareas de reconocimiento de definición, en la que se le pide al alumno que reconozca el significado de un concepto entre varias alternativas; la exposición sistemática, en la que el alumno realiza una composición oral o escrita sobre un concepto; la identificación de ejemplos o situaciones relacionadas con un concepto; la resolución de problemas, en ella se presenta un problema cuya resolución pasa por la utilización de un concepto antes aprendido.

**b) Con referencia a la evaluación de contenidos procedimentales:** su sentido es comprobar su funcionalidad, es decir, evaluar si el alumno es capaz de utilizar el procedimiento en otras situaciones, como es el caso de la investigación.

Deberemos tener en cuenta como indicadores:

Si se tiene un conocimiento suficiente del procedimiento.

Si lo utiliza de manera correcta y precisa.

Si lo generaliza a otras situaciones.

Si lo tiene automatizado.

**c) Con referencia a la evaluación de las actitudes:** tendremos que tener en cuenta que las respuestas son verbales o comporta mentales. Las respuestas verbales se utilizan en la aplicación de escalas de actitudes y/o cuestionarios, (pero éstas pueden ser engañosas el alumno contesta lo que el profesor espera de él). Sería más importante evaluar las actitudes a partir de comportamientos observables en los que tendremos que precisar los tres componentes de una actitud (cognitivo o capacidad del alumno para pensar, afectivo o sentimientos, espíritu, emociones o pasiones; y tendencia a la acción). Estos tres componentes se pueden invalidar mutuamente ya que el alumno puede pensar y sentir de una manera y actuar de otra.

**La calificación** será la valoración de los productos acreditables en una escala de 1 a 10 puntos, siendo necesario para su aprobación obtener una calificación mínima de 7,0 puntos.

Consecuentemente, la calificación y la acreditación, estarán en relación con la evaluación de los aprendizajes; y, todo este proceso deberá permitir constatar el nivel de logro de los aprendizajes previstos (prácticas profesionales y perfil profesional que cubre el módulo).

En esta perspectiva, la evaluación-calificación-acreditación de los aprendizajes se asumirá en referencia a cuatro aspectos:

1. La esfera cognoscitiva (pruebas) 20%
2. La esfera psicomotriz (tareas individuales y grupales) 20%
3. La esfera afectiva (actividad intra y extra aula) 20%

#### 4. El proceso de investigación 40%

La calificación final del módulo será el promedio ponderado de las calificaciones de cada uno de sus momentos y; las notas de cada uno de los talleres del módulo.

#### **14. EQUIPO DOCENTE QUE DESARROLLO EL MÓDULO**

El equipo estará formado por los docentes - coordinadores asignados a los diferentes paralelos existentes del módulo séptimo con la especialidad de Programación y Dirección de Congresos y Eventos.

#### **15. BIBLIOGRAFÍA**

- ALARICO GÓMEZ, Carlos: Gerencia de eventos especiales. Editorial Panapo.
- BENITO SACRISTÁN, Pilar: Guía de Estilo, Protocolo Y Etiqueta en la Empresa. Editorial CISS S.A. Valencia, 2000
- CORREAS SÁNCHEZ, Gerardo: La empresa y su protocolo. Ediciones Protocolo. Madrid, 2004
- CRAVIOTO MAGALLÓN, Tonatiuh: Organización de congresos y Convenciones. Editorial Trillas. México 1991.
- ECO, Umberto: Como se hace una Tesis. Editorial Gedisa, S.A. Barcelona 2004.
- ESCUELA INTERNACIONAL DE PROTOCOLO: Unidades didáctica. 2004
- FUENTE LAFUENTE, Carlos: Protocolo Oficial. Ediciones Protocolo. Madrid, 2004.
- G. FISHER, JOHN: Como organizar convecciones y congresos. Editorial Gedisa, S.A. Barcelona, 2001.

- GUILLERMO JOSÉ, Pedrotti: La organización profesional de eventos. España, 2005
- HERRERO BLANCO, Paloma: Gestión y Organización de congresos. Editorial Síntesis, S.A. Madrid, 2000.
- NURKANOVIC EGEA, María: la organización de congresos y su protocolo. Ediciones Protocolo. S.A. Madrid, 2005
- LÓPEZ NIETO Y MALLO, Francisco: Honores y Protocolo, Editorial Industria Grafica MAE, S.L. Madrid, 2000
- RIVILIN, Gideon: Guía para organizar una conferencia científica internacional.

#### **Sitios web**

- <http://www.scb.es>
- <http://www.protocolo.com>
- <http://www.aeprotocolo.org>
- [http://www.mtas.es/insth/enlaces/t/\\_bol.htm](http://www.mtas.es/insth/enlaces/t/_bol.htm)
- <http://www.ocpspain.org>

## MATRIZ OPERATIVA DEL MÓDULO

**MODULO VII.-** Programación y Dirección de Congresos y Eventos

**MOMENTO UNO:** Revisión y sistematización de la información relacionada con los pasos para la planificación y organización de un evento y feria.

PERIODO	PROCESO DE INVESTIGACIÓN	ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN	REFERENTES TEÓRICOS	ESTRATEGIAS ACADÉMICAS	ACTIVIDADES PRÁCTICAS	PRODUCTOS ACREDITABLES
34 días 10 créditos	Investigación Formativa a: Tema y problema	Búsqueda de temas, técnicas para problematizar, sondeo teórico, revisión bibliográfica, sondeo de campo, redacción de la problemática	1. Evento 1.1 Concepto de eventos 1.3 Tipos de eventos 2. Ferias y Exposiciones 2.1 Conceptos de Ferias 2.2 Objetivos de una Feria 2.3 Tipos de Ferias y Exposiciones 2.4 Coordinación de las Exposiciones 2.5 Primera Etapa: Pre-feria (organización y planificación) 2.6 Segundo Etapa: Feria (ejecución). 2.7 Tercera Etapa: Post-feria (evaluación y	Encuadre del módulo Cuadros sinópticos, Diagramas Resúmenes Preguntas y respuestas Síntesis de contenidos Ilustraciones, Organizadores gráficos	Realizar una simulación de la organización de una feria. Investigar y desarrollar el presupuesto para una feria. Investigar y realizar un collage con los diferentes tipos de eventos.	Elaboración de una propuesta de evento académico siguiendo los pasos de planificación de una feria.

			monitoreo			
--	--	--	-----------	--	--	--

## MATRÍZ OPERATIVA DEL MÓDULO

### MODULO VII.- Programación y Dirección de Congresos y Eventos

**MOMENTO DOS:** Revisión de información relacionada con los pasos para la planificación y organización de un congreso

PERIODO	PROCESO DE INVESTIGACIÓN	ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN	REFERENTES TEÓRICOS	ESTRATEGIAS ACADÉMICAS	ACTIVIDADES PRÁCTICAS	PRODUCTOS, ACREDITABLES
34 días 10 créditos	Investigación Formativa  a: Planificación de la investigación y aplicación de instrumentos de campo	Técnicas para redactar objetivos, metodología, marco teórico, elaborar cronogramas, presupuestos, anotar datos de bibliografía.  Técnicas para elaborar y aplicar instrumentos de investigación, cálculo de muestra	3. Planificación del congreso.  3.1 Definición de congreso.  3.2 Objetivos  3.3 Participantes  3.4 Ejecución de un congreso.  4. El presupuesto y las secretarías  4.1 Responsabilidad financiera  4.2 Los peligros del presupuesto.  4.3 Las fuentes de los ingresos del presupuesto.  4.4 Gasto del presupuesto.  4.5 La exhibición	Revisión de estudios de caso  Exposiciones  Trabajos grupales  Dramatizaciones	Ejecución de los pasos de organización de un congreso  Selección de proveedores.  Cronograma de Gastos  Elección de los Organizadores y Auspiciantes.  Elaboración del flujo de desembolsos.  Identificación de fuentes financiamientos.	Elaboración de una propuesta de un congreso académico y del presupuesto de costes para la realización del mismo.

			comercial. 4.6 Las Secretarías 5. Congreso y Post Congreso 5.1 Días previos y celebración 5.2 Servicios en el lugar del congreso 5.3 Inauguración del congreso 5.4 Eventos sociales 5.5 Clausura 5.6 Post Congreso			
--	--	--	--	--	--	--

## MATRÍZ OPERATIVA DEL MÓDULO

### MODULO VII.- Programación y Dirección de Congresos y Eventos

#### MOMENTO TRES: Revisión de información relacionada con los pasos para la planificación y organización de Eventos Sociales

PERIODO	PROCESO DE INVESTIGACIÓN	ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN	REFERENTES TEÓRICOS	ESTRATEGIAS ACADÉMICAS	ACTIVIDADES PRÁCTICAS	PRODUCTOS ACREDITABLES
34 días 10 créditos	Investigación Formativa  a: Tabulación e interpretación de resultados.  Elaboración Propuesta  Informe final	Técnicas para tabulación de datos, su presentación, interpretación, elaboración de la propuesta	6. Eventos Sociales  6.1 Concepto de evento social  6.2 Tipos de eventos  6.3 Diferentes tipos de matrimonios de acuerdo a la religión  6.4 Pasos para un matrimonio civil  6.5 Pasos para un matrimonio eclesiástico  6.6 Otros eventos sociales	Organizadores previos  Encuestas y entrevista  Ilustraciones descriptivas  Mapas conceptuales  Organizadores gráficos  Resúmenes  Exposición del docente  Lectura, subrayado  definición de conceptos, preguntas intercaladas, cuadros sinópticos	Exposición del docente  Creación de formatos para el evento social.  Organización de equipo logístico para un evento social.  Revisión de información bibliográfica,  Elaboración de resúmenes, resolución de cuestionario  Exposición grupal sobre de los diferentes elementos para organización de eventos y sus formas o métodos de control.  Análisis grupal de los componentes del turismo de ferias, eventos y congresos a nivel país.  Exposición de la investigación.	Elaboración de una matriz de actividades que se realizaran antes, durante y después de un evento social. Informe final de la planificación de un evento social.



## MISIÓN Y VISIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

### Misión

La formación académica y profesional de calidad en el marco del SAMOT, con sólidas bases científicas y técnicas, pertinencia social y valores; la producción y aplicación de conocimientos científicos, tecnológicos y técnicos, que aporten a la ciencia universal y a la solución de los problemas específicos del entorno; la generación de pensamiento; la promoción, desarrollo y difusión de los saberes y culturas; la oferta de servicios especializados; y, la gestión participativa e innovadora, con personal idóneo, comprometido institucional y socialmente.

### Visión

La Universidad Nacional de Loja es una institución de educación superior pública y laica, abierta a todas las corrientes del pensamiento, orientadora de la conciencia social; referente fundamental para el desarrollo de la Región Sur y del País; con altos niveles de calidad, pertinencia y compromiso, reconocido prestigio nacional e internacional, por el accionar de sus profesionales en respuesta a las exigencias sociales, la generación y aplicación de conocimientos científicos y tecnológicos, el reconocimiento de los saberes y prácticas ancestrales y su permanente interacción con los sectores sociales.

### Valores y Actitudes Institucionales

En nuestro trabajo de formar recursos humanos, investigar e interactuar con la colectividad para aportar en el desarrollo regional y nacional, todos los servicios de la UNL, nos comprometemos a fomentar y actuar bajo los siguientes valores y actitudes:

**Honestidad y Transparencia.-** En todos los procesos institucionales, relaciones interinstitucionales y personales como valores esenciales del hombre y necesario para la convivencia organizada.

**Responsabilidad, Mística y Eficiencia.-** En el cumplimiento de todas las tareas asignadas, lo que incluye el manejo óptimo de los recursos institucionales.

**Respeto.-** Entre todos los miembros de la comunidad universitaria y en las relaciones del medio externo.

**Equidad.-** En las oportunidades y reconocimientos que brinda la institución a sus integrantes, así como, en su accionar hacia la sociedad sin hacer diferencias por factores sociales, culturales, étnicos, políticos, ideológicos, filosóficos, religiosos o por procedencia geográfica.

**Tolerancia.-** A las distintas formas de pensamiento de los integrantes de la comunidad universitaria y apertura en las relaciones con el medio externo.

**Solidaridad.-** Entre todos los miembros de la comunidad universitaria y con los sectores menos favorecidos de la región y del país.

**Lealtad y Compromiso.-** Con la institución de la cual somos parte

**Creatividad, Innovación y Excelencia.-** En la calidad de servicios que ofrece a la sociedad en el cumplimiento de la misión institucional.

**Participación.-** De todos los miembros de la comunidad universitaria en la planificación, ejecución y evaluación del accionar institucional.

La observación permanente de estos valores y actitudes promoverá la comprensión y confianza entre los miembros de la comunidad universitaria, hará nuestro trabajo productivo y agradable y, propiciará el reconocimiento social a la labor institucional.

## INDICE DE CONTENIDOS

<b>MOMENTO I</b>	27
<b>CAPITULO I</b>	27
1. Eventos	27
1.1. Concepto de Eventos	27
1.2. Tipo de Eventos	27
<b>CAPITULO II</b>	28
2. Ferias y Exposiciones	28
2.1. Concepto de Ferias	28
2.2. Objetivos de una Feria	28
2.3. Tipos de Ferias y Exposiciones	29
2.4. Coordinación de las Exposiciones	30
2.4.1. Proceso para realizar una Feria	30
2.5. Primera Etapa: Pre-feria (organización y planificación)	30
2.5.1 Coordinación General	30
2.5.2 Perfil	31
2.5.3 Valores	31
2.5.4 Equipo de trabajo	32
2.5.5 Planificación	32
2.5.6 Formulación del perfil de proyecto feria	32
2.6. Segundo Etapa: Feria (ejecución).	33
2.7. Tercera Etapa: Post-feria (evaluación y monitoreo)	34
<b>MOMENTO II</b>	
<b>CAPITULO III</b>	
3. Planificación del Congreso (Pre-congreso)	37
3.1. Definición del Congreso	37
3.2. Objetivos	38
3.3. Participantes	38
3.4. Ejecución y Planificación de un Congreso	38
<b>CAPITULO IV</b>	
4. El Presupuesto y las Secretarías	44
4.1. Responsabilidad Financiera, pasos, peligros; y, fuentes de ingreso	44
4.1.1. Responsabilidad Financiera	44
4.1.2. Pasos	44
4.1.3. Peligros del presupuesto	45
4.1.3.1. Presupuesto Promocional	45
4.1.3.2. Presupuestar a los ponentes invitados	45
4.1.3.3. Presupuesto del centro de convenciones	45
4.1.4. Las Fuentes de los ingresos del presupuesto	46
4.2. Gastos del Presupuesto	46
4.2.1. Gastos de organización	46
4.3. Selección de un Organizador Profesional de Exhibiciones	49
4.3.1. Responsabilidades de un OPE	49
4.3.2. El contrato con el OPE	49
4.4. Las Secretarías	49
4.4.1. Secretaria científica	50
4.4.2. Secretaria Técnica	50
4.4.3. Secretaria Turística	50

4.4.4. Oficina de Prensa	50
4.4.5. Secretaria de Exposición	50
<b>CAPITULO V</b>	
5. Congreso y Post Congreso	51
5.1. Días previos y celebración	51
5.1.1. El secretario del congreso y la mano de obra in situ	51
5.2. Servicios en el lugar del congreso	52
5.3. Inauguración del Congreso	53
5.3.1. Coffee Breaks almuerzo de trabajo	54
5.4. Eventos Sociales	54
5.5. Clausura	56
5.6. Post-Congreso	57
5.6.1. Tour Post-Congreso	57
5.6.2. Retirada de equipos	57
5.6.3. Evaluación del Comité Organizador	57
5.6.4. Conclusiones y Recomendaciones	57
<b>MOMENTO III</b>	
<b>CAPITULO VI</b>	59
6. Eventos Sociales	59
6.1. Concepto de Eventos Sociales	59
6.2. Tipo de Eventos Sociales	60
6.3. Diferentes Tipos de matrimonio de acuerdo a la religión	61
6.3.1. Pasos para un matrimonio eclesiástico	64
6.3.1.1. Elección del catering	65
6.3.1.2. Preparación Previa	66
6.3.2. Pasos para el Matrimonio Civil	68
6.4. Comida	68
7. Otros Eventos Sociales	68

# MOMENTO I

## Objetivos:

- Desarrollar las habilidades y destrezas en los estudiantes para organizar una feria que promocióne los productos culturales y naturales que posee la Región Sur del Ecuador.
- Generar conocimientos que demandan la organización de una feria.
- Habilitar al estudiante el manejo de rubros correspondientes a la elaboración de un presupuesto para feria.

## CAPÍTULO I

### 1. EVENTOS

#### 1.1. Concepto de evento

Es la reunión de dos o más personas, donde mediante una correcta planificación, logramos comunicar lo que nuestro cliente requiere. Es decir, la finalidad de un evento es lograr comunicar exitosamente algo.

#### ¿Toda reunión que comunique algo es un evento?

- Solo consideramos un evento a aquella reunión destinada a actuar como eje de una estrategia de comunicacional, destinada a satisfacer los objetivos de manifestación de una institución o persona.
- Siempre, dependiendo de su naturaleza, un evento buscara comunicar algo. Según a que estrategia responda, comunicara un hecho social, institucional, protocolar o empresarial.

## 1.2. Tipos de Eventos

- **Eventos Corporativos:** motiva al personal, forma equipos con sentido de pertenencia hace anuncios y reconocimientos, conmemorar aniversarios.
- **Eventos académicos y de capacitación:** busca que los asistentes vuelvan a sus casas con conocimientos que no tenían, profundizan sus conocimientos previos sobre un tema en específico
- **Eventos Comerciales:** Son acontecimientos cuyos objetivos van desde la presentación de un producto o servicio, hasta la premiación e incentivo a las fuerzas de ventas y comercialización de una empresa.
- **Eventos Sociales:** Son acontecimientos sociales muy arraigados en las culturas de los pueblos, cambian de acuerdo a la cultura. La finalidad de estos eventos se enmarcan en aspectos de decoración y básicamente del presupuesto para realizarlos.

## CAPITULO II

### 2. FERIAS Y EXPOSICIONES

#### 2.1. Concepto de Ferias

Una feria, es un punto de encuentro entre la oferta (prestadores de servicios y productos) y la demanda (compradores o consumidores) de una localidad, municipio, región, país o inclusive romper las fronteras y acercarse a nuevos posibles demandantes a nivel internacional.

#### 2.2 Objetivos de una Feria

Para quien se dedica a organizar exposiciones, es importante conocer qué piensan y cómo se analizan los expositores, para poder ofrecer lo que ellos esperan.

- Proporcionar un servicio, completo y de calidad.
- Tener expositores de prestigio.
- Apoyar a los expositores en todo lo necesario para su éxito.
- Vender el 100% de los módulos y generar las utilidades proyectadas.
- Comprometer la venta del 100% de los módulos para la próxima exposición.
- Lograr compra y/o venta de los productos y servicios.
- Conocer las características de la competencia, estándares de calidad y evaluar la reacción ante la oferta.
- Investigar el potencial de mercado.
- Lograr un número de contactos en un tiempo breve.
- Conocer precios para lograr la inserción en un mercado.
- Hacer alianzas estratégicas.

### **2.3 Tipos de Ferias y Exposiciones.**

Las ferias se clasifican, según los siguientes criterios:

- Por el tipo de muestra (productos y/o servicios) que exhiben.
- Por el tipo de público asistente.
- Por su alcance y cobertura.

#### **a) Según el tipo de muestra que exhiben, pueden ser:**

- **Ferias Sectoriales.** Están dirigidas a sectores y/o subsectores específicos, ejemplo: agrícola, comercio, servicios, industria, etc. Presentan diferentes grados de especialización.
- **Ferias Multisectoriales.** Exhiben una amplia gama de productos y/o servicios provenientes de diferentes sectores económicos.

#### **b) Según el tipo de público, las ferias pueden ser:**

- **Ferias Generales.** Se caracterizan por concentrar un número de visitantes totalmente heterogéneo, pueden encontrarse desde empresarios(as) hasta consumidores finales. Proviene del ámbito internacional, nacional y regional.
- **Ferias Especializadas.** Estas ferias son visitadas exclusivamente por hombres de negocios pertenecientes al ámbito nacional e internacional de un sector, sub sector o tema específico. Ejemplo de estas ferias son AGRITRADE (feria agrícola especializada), Feria de la Construcción, Feria de Ecoturismo, etc.

### c) Según su alcance y cobertura:

- **Ferias Regionales.** Este tipo de feria consta de expositores procedentes de una misma región, por ejemplo: feria de ecoturismo.
- **Ferias Nacionales.** Los participantes provienen de todas las regiones de un país.
- **Ferias Internacionales.** Son grandes eventos de exposición que se llevan a cabo para facilitar encuentros de negocios de expositores o empresas de distintos países.

## 2.4 Coordinación de las Exposiciones

Es necesario nombrar un coordinador que será el responsable de la organización y operación de la exposición. Debe ser una persona con experiencia en exposiciones y tener el perfil. En el caso de la exposición o la feria se debe diseñar una estructura para su ejecución.

### 2.4.1 Proceso para realizar una Feria

La feria lleva inmerso un proceso de tres etapas fundamentales para garantizar su efectividad, las cuales se describen a continuación:

## **2.5. Primera Etapa: Pre-feria (organización y planificación)**

Esta etapa comprende las actividades que deben ser desarrolladas antes de la realización de la feria. A continuación se describe cada uno de los pasos:

### **2.5.1 Coordinación General**

#### **El Grupo Organizador**

La organización del grupo que dirigirá la feria, es el primer paso que hay que tomar en cuenta y principalmente definir quién será la que lidere el equipo de trabajo. El entusiasmo, responsabilidad y buenas relaciones personales, son la clave para que el grupo organizador tenga el éxito deseado.

En primera instancia se puede nombrar una comisión o comité de trabajo. Es fundamental elegir una persona encargada de la coordinación general del evento, quien tendrá bajo su responsabilidad coordinar todas las actividades relacionadas con la feria.

La coordinación general de la feria, debe incluir en su organización a todos los actores que estén implicados, como: organizaciones no gubernamentales, instituciones de cooperación financiera y técnica, estudiantes y, especialmente, las agremiaciones empresariales. A continuación se presenta un cuadro que expone la forma de cómo debe ser integrado el comité organizador:

Dicho comité está integrado por un presidente, un secretario, un financiero, y representantes de las diversas comisiones de trabajo (coordinadores o responsables de cada una de las comisiones). Estas comisiones se determinan por el tipo de actividades que se desarrollan para la realización del evento. El comité nombra a un coordinador general.

La coordinación general tiene como función organizar todas las actividades que se desarrollarán durante las tres etapas de la feria. La coordinación general es la responsable de velar que todas las actividades planificadas se lleven a cabo.

*El coordinador general* es el responsable directo de la ejecución de la feria y el buen manejo de los recursos financieros, humanos y materiales. También, se debe contar con la asesoría técnica externa, esta puede ser por una o varias personas especializadas en el desarrollo de ferias, sector económico, mercadeo, planificación estratégica, entre otros.

Los integrantes de la coordinación de una feria deben contar con un perfil adecuado (características especiales de cada uno de los individuos):

### **2.5.2 Perfil**

- Contar con formación académica profesional y técnica.
- Experiencia o voluntad de trabajar en equipo.
- Experiencia como organizador o promotor de eventos.
- Que sea de la zona o región y conozca sus potencialidades.
- Capacidad de trabajar con alta presión.
- Capacidad de relacionarse con instituciones y empresas de apoyo, auspiciar o patrocinar la feria.

### **2.5.3 Valores**

- Honradez
- Lealtad
- Democrático
- Humanista
- Justo
- Solidario
- Amar a su pueblo

### **2.5.4 Equipo de trabajo**

- Voluntarios
- Comisiones (Comisión de mercadeo, finanzas, formación y capacitación, cultura, voluntariado, gastronomía, promoción y publicidad, protocolo, seguridad, rueda de negocios, logística, monitoreo y evaluación).

### **2.5.5 Planificación**

La planificación servirá para establecer metódicamente todo lo que se desea lograr en el evento:

#### **Criterios de una feria:**

- Nombre de la feria
- Logotipo o marca
- Fecha de realización
- Público objetivo
- Lineamiento
- Lugar: Recinto Ferial
- Stands
- La inscripción
- Servicios adicionales
- Lanzamiento de la feria

### **2.5.6 Formulación del perfil de proyecto feria**

- Introducción
- Antecedentes:(Qué se ha logrado, como se ha logrado, con quienes se ha logrado)
- Justificación:(Qué se va a lograr, para qué.
- Objetivos: Generales y específicos
- Resultados: (Qué lograremos)
- Actividades
- Plan de trabajo
- Presupuesto
- Recursos: (Financieros, técnicos, humanos)

## **2.6 Segundo Etapa: Feria (ejecución).**

## **A. Inauguración**

La inauguración tiene que ser un gran acontecimiento, lo importante es causar un gran impacto en la opinión pública. Esto es muy importante para los patrocinadores, ya que ellos aprovechan estos eventos para promover su marca. Para las autoridades locales hacer una gran inauguración implica invitar a todas las autoridades regionales, sectoriales y nacionales, así como el sector empresarial comprometido con el desarrollo de la región y del país.

En la inauguración es necesario presentar alguna novedad que promueva al sector productivo o muy bien puede complementarse con una presentación cultural propia de la región o país. La inauguración es una invitación que permitirá que los organizadores presenten una feria innovadora.

Aspectos que se deben tomar en cuenta en un acto de inauguración:

1. Es adecuado hacer la inauguración en el recinto ferial, utilizando el espacio más adecuado para realizarlo.
2. Se debe contar con una mesa principal en la que estarán las personalidades más importantes, como: autoridades locales, regionales o del país anfitrión (alcaldes, gobernadores, ministro que representa al sector productivo), deben ubicarse a los patrocinadores que han dado el mayor aporte para su realización y el coordinador general de la feria.
3. Elaborar el programa más adecuado, no debe ser muy extenso en su discurso. Dentro del programa se debe considerar un acto cultural de relevancia para la región o país.
4. A parte del acto protocolario, se debe cortar la cinta que indica que el recinto ferial es abierto al público; posteriormente, se hace el recorrido visitando los stands.
5. Al finalizar se debe terminar en un ambiente en el que las autoridades, participantes y organizadores puedan establecer un tipo de comunicación. Lo sugerido en este caso es un coctel o cena, esto dependerá de los costos que esto implique para los organizadores.

## **B. Actividades de promoción**

1. Conferencias o foros magistrales.
2. Premio a la excelencia de la micro y pequeña empresa.
3. Rueda de negocios.

### **C. Monitoreo de las actividades**

1. Lista de Chequeo (Check list).
2. Instrumentos para el monitoreo.

#### **Instrumento para medir la calidad de la feria**

1. Día: \_\_\_\_\_
2. Hora: \_\_\_\_\_
3. Procedencia:  
Local: \_\_\_\_\_ Regional: \_\_\_\_\_
4. Nacional \_\_\_\_\_ Internacional: \_\_\_\_\_
5. Edad: \_\_\_\_\_
6. Sexo: F \_\_\_\_\_ M \_\_\_\_\_
7. Qué tipo de servicio o producto demanda:  
\_\_\_\_\_
8. Encontró lo que buscaba: Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
9. Cómo le pareció la feria: Excelente: \_\_\_\_\_ Buena: \_\_\_\_\_
10. Regular: \_\_\_\_\_ Puede Mejorar: \_\_\_\_\_
11. Aspectos  
positivos: \_\_\_\_\_
12. Aspectos  
negativos: \_\_\_\_\_
13. Principales sugerencias a los organizadores de la  
feria: \_\_\_\_\_

### **D. Clausura**

1. Número de visitantes.
2. Número de participantes.

3. Cantidad de negocios cerrados.
4. Total de gastos para la realización de las diferentes actividades, planificadas y ejecutadas.
5. Premio a las mejores empresas en montaje de stand, atención al cliente, etc.

## 2.7 Tercera Etapa: Post-feria (evaluación y monitoreo)

- a. **El Desmontaje:** El desmontaje de los stands, estará a cargo de la comisión de stands, deberá de cuidarse que el recinto ferial utilizado para la ubicación de los stands quede en las mismas condiciones en que fue recibido.
- b. **Balance General:** La comisión de finanzas y mercadeo tiene la responsabilidad de elaborar todos los documentos contables en donde se especifiquen los gastos e ingresos de las actividades de la feria.
- c. **Memoria de la feria:**
  1. Introducción
  2. Antecedentes
  3. Objetivos
  4. Resultados previstos
  5. Estrategias
  6. Actividades
  7. Comité Organizador (comisión – responsable)
  8. Resultados de las actividades realizadas por cada comisión
    - a. Inauguración
    - b. Exposición de productos
    - c. Panel foro
    - d. Ruedas de Negocios
    - e. Promoción
    - f. Gastronomía
    - g. Voluntariado
    - h. Finanzas y mercadeo

9. Evaluación de las comisiones (se lleva a cabo haciendo una autoevaluación).
10. Conclusiones
11. Recomendaciones
12. Anexos

## **BIBLIOGRAFÍA:**

- GUILLERMO JOSÉ, Pedrotti: La organización profesional de eventos. España, 2005
- MAGDALA SAGASTUME, MANUAL PARA ORGANIZADORES DE FERIA, / Consultora Independiente. Guatemala.

## **PROYECTO EXTRA CLASE**

### **OBJETIVO:**

Desarrollar los pasos esenciales para la realización de una feria.

### **PROCEDIMIENTO:**

1. Desarrollar una feria con la planificación y su presupuesto.
2. Realizar un collage con los diferentes tipos de eventos.



## MOMENTO II

### Objetivos:

- Impartir conocimientos sobre los procesos técnicos que se deben desarrollar antes, durante y después de la planificación, organización y ejecución de un congreso
- Proporcionar al estudiante una adecuada información sobre la problemática de los Congresos en la RSE
- Desarrollar habilidades y destrezas para la programación y dirección de un congreso

## CAPITULO III

### 3. PLANIFICACIÓN DEL CONGRESO (PRE-CONGRESO)

#### 3.1 Definición del Congreso

La definición del congreso la conseguiremos mediante la descripción y conocimiento de sus componentes. También la podremos obtener contestando las siguientes preguntas:

- **¿Qué?** (naturaleza del congreso, contenidos)
- **¿Cuándo?** (fecha de comienzo, duración días de la semana).
- **¿Dónde?** (sede de la celebración; medios de transporte, aparcamiento, salas, capacidad, servicios, acceso para discapacitados, facilidades para la evacuación)
- **¿Quién?** (participantes, congresistas, invitados, ponentes personalidades).

- **¿Cómo?** (desarrollo, programa, recursos propios y ajenos).

### **3.2 Objetivos**

Nuestro congreso será considerado un éxito o no dependiendo del cumplimiento de nuestro objetivo principal. Para evitar cualquier posible reclamación, deberemos ser capaces de probar que tras la celebración del mismo se cumplió el objetivo principal.

Se debe procurar no establecer demasiados objetivos, pues se puede caer en no tener claro el propósito del congreso, además no se debe crear conflictos de intereses, para definir claramente el objetivo debemos preguntarnos “¿Qué queremos que sientan los asistentes al congreso cuando este finalice?”.

### **3.3 Participantes**

Asegurarnos la participación de un determinado público constituye la base de cualquier reunión. Se debe discernir entre:

- **Congresistas.-** En un congreso internacional podemos reunir fácilmente a más de un millar de asistentes.
- **La imagen del congreso Ponentes.-** Los conferenciantes serán los protagonistas principales de nuestro congreso.

### **3.4 Ejecución y Planificación de un Congreso**

La preparación de un congreso es compleja y su naturaleza y duración condicionarán o determinarán, sin duda su organización. Cada nueva edición del mismo será un reflejo de los logros alcanzados desde la edición anterior y

un compromiso de futuro y de comunidad, todo ello de la mano de unos anfitriones que se constituirán como comité organizador del evento y que serán responsables de conseguir los objetivos que se han marcado.

## 1. La unidad de Organización Básica

La unidad de organización básica del congreso es el comité organizador, mismo que está constituido por la entidad promotora del congreso, y está formado por un grupo reducido:

- **Presidente:** Es la autoridad máxima del congreso y sobre quién recae la responsabilidad jurídica del mismo. Es responsable del funcionamiento del comité organizador y del éxito final del evento. También representa al congreso dentro de la organización internacional y está por encima de cualquier otra autoridad implicada: universidad, gobierno, agencias municipales y oficinas.
- **Vicepresidentes:** (opcional)
- **Secretario:** Es el coordinador/supervisor diario del comité organizador local y está a cargo de los aspectos organizadores del congreso.
- **Tesorero:** (responsable de la gestión económica) Está a cargo de la gestión financiera y del *cash flow*. Es quien prepara el presupuesto en cercana cooperación con la organización internacional y el OPC. También se encarga de buscar patrocinadores y expositores para la exhibición, y debe mantener estrecho contacto con el contable que preparará el balance final después del congreso.
- **Vocales:** Personas a las que normalmente se les asigna la coordinación de los distintos comités de trabajo o científicos, así como la coordinación del programa social, la imagen del congreso y la supervisión de la secretaría técnica.

En función del ámbito y participación prevista, se constituirá, al menos con cuatro o dos años de antelación

### 1.1 Lema y tema principal del congreso

Para la elección de los temas principales y secundarios del congreso se tendrán en cuenta los siguientes puntos:

- Encontrar los aspectos más candentes y tener la precaución que la materia elegida sea nueva a la fecha de aproximación.
- Procurar contenidos específicos y concretos.

## **2. Fecha y Lugar del congreso**

La elección de la fecha de celebración debe conjugar los intereses de los promotores del congreso, el contenido temático del mismo, las necesidades que requiere el evento, la oportunidad temporal y la oportunidad social, científica, cultural y/o económica de los contenidos del congreso.

Para concretar una fecha comprobaremos:

- Que la elegida no coincida con festividades religiosas o nacionales del país en que se celebra. Sin embargo, esta prerrogativa no se suele contemplar en el caso de países extranjeros, ya que muchos congresos eligen precisamente alguna de esas fechas en los lugares de procedencia de los congresistas para facilitar su asistencia. Por ejemplo, congresos con temática social y de humanidades, donde los gastos de los participantes tienen difícil financiación.
- El clima del país anfitrión.
- Otros congresos y eventos que se vayan a realizar sobre la misma materia alrededor del mundo.
- Las convenciones nacionales más importantes de nuestro campo en los países que puedan protagonizarse una mayor afluencia de participantes.
- Los precios de los vuelos y de los alojamientos. En ocasiones, se pueden obtener descuentos desplazando el congreso unos días o semanas de la fecha originariamente pensada.

- Eventos que se estén realizando en cualquier otro sector dificultar la asistencia de congresistas o el alojamiento de los mismos, o bien encarecer su participación.
- Las características de las sedes, su calendario de actividades y la oferta de ocio en las fechas previstas para la celebración del congreso.

## **2.1 Lugar del Congreso**

Disponemos de cuatro lugares básicos en los que celebraremos nuestros congresos:

- Un centro de convenciones/palacio de congresos.
- Un hotel acondicionado para la celebración de este tipo de eventos
- Una universidad u hospital
- Cualquier espacio o local perteneciente a instituciones y/o empresas que reúnan las condiciones necesarias para su celebración.

### **2.1.1. Centro de Convenciones**

#### **Ventajas**

Acogen todo tipo de eventos, son ideales en tamaño, facilitan el equipamiento adecuado, los precios de comidas y bebidas son cómodos.

#### **Desventajas**

Su precio suele ser alto, no todos cuentan con el equipo humano y técnico adecuado

### **2.1.2. Hotel**

#### **Ventajas**

Son lujosos y confortables, se brinda un buen servicio, están siempre atentos a las necesidades del congreso

### **Desventajas**

No siempre, la atmósfera es la más adecuada, no están dotados de equipamiento, no hay control de iluminación

### **2.1.3. Universidad**

#### **Ventajas**

Los precios son bajos, pueden ser gratuitos, el precio de la comida y bebida es bajo

#### **Desventajas**

La ubicación encarece el transporte, no reúnen siempre las condiciones técnicas adecuadas carecen de infraestructura necesaria.

## **3.- Los ponentes, logotipo y plan de correspondencia**

### **3.1. Los ponentes**

El contacto temprano con los ponentes es sin duda de suma importancia, pues sus nombres pueden ser incluidos en la promoción del evento, dando muy buenos resultados, si disponemos de excelentes oradores en nuestra promoción inicial, podremos incrementar nuestros ingresos y financiación además del atractivo del evento.

### **3.2. Logotipo y plan de correspondencia**

El logotipo junto al nombre será el elemento identificador, el logotipo debe reunir ciertos aspectos. Para confeccionar la correspondencia es esencial tener el logotipo a tiempo, luego de tenerlo podemos enviar la carta de presentación.

Es aconsejable diseñar un logotipo especial para cada congreso que estará presente en todo momento. Puede ser una creación autónoma e independiente o bien estar basado en el logotipo de la organización internacional. En este caso, se puede añadir el símbolo de la ciudad donde se va a celebrar el congreso y el número de edición de éste.

Para su diseño hay que tener en consideración que ha de ser legible no sólo en los encabezamientos de la correspondencia y en las señalizaciones más grandes, sino también en las insignias y en los espacios más pequeños.

#### **4.- Plan de Promoción, Plan de Patrocinio Inicial**

##### **4.1 Plan de Promoción Inicial**

El primer paso es la elaboración de la base de datos de destinatarios, es importante tener en cuenta la lista de participantes del congreso anterior, en caso que ya se haya celebrado, así como también las empresas u organizaciones, asociaciones y colegios profesionales vinculados al sector, todos ellos son cruciales para ayudarnos a trabajar y conseguir maximizar la asistencia participante.

La promoción en revistas, asociaciones empresas, centros y entidades relacionadas vertebrarán el núcleo central de promoción inicial, así como también la realización de una página web, misma que deberá estar preparada para proveer la información al público objetivo, será actualizada frecuentemente y ofrecerá diligencia en las respuestas, además este medio nos permite mostrar una información viva y puntual del avance del congreso.

La imagen – de la que hablamos anteriormente- juega un papel crucial pues será esta la que esté presente en la página y datos generales del evento.

##### **4.2 Plan de Patrocinio Inicial**

Es imposible organizar un evento sin ingresos propios de tarifa de registro, por tanto cada congreso necesita patrocinadores locales, nacionales e inclusivos de ser necesario internacionales.

En caso de haber congresos anteriores se recomienda hacer una lista de los patrocinadores para comprobar cuánto podemos esperar de ellos en esta edición. Los logotipos de las entidades patrocinadoras refrendan nuestra correspondencia.

El patrocinio de un congreso implica la aprobación del mismo por la persona, compañía, instituto, gobierno, organización municipal o internacional la cual, de manera recíproca, recibirá el reconocimiento público y publicidad pactadas. Los patrocinadores pueden aportar dinero o materiales de valor equivalente, los cuales serán cubiertos por el presupuesto. Puede incluir bienes, publicidad, impresión, eventos sociales, ponentes invitados o regalos.

## **5.- Horario y Calendarios**

### **5.1 Horario**

Es importante decidir la estructura de nuestro horario en una primera fase por las siguientes razones:

- Para disponer de las habitaciones de hotel y del lugar donde se va a celebrar el congreso de acuerdo en la fecha exacta.
- Para permitirnos planificar los viajes previos al mismo y las reuniones satélite que se realicen a posteriori
- Para poder planear los eventos sociales y proveerlos de patrocinadores.
- Para determinar con exactitud nuestro plan presupuestario, ya que la duración del congreso la afectará.
- Para permitirnos tener las invitaciones y los documentos necesarios a su debido tiempo.

## **5.2 Calendarios**

Es necesario confeccionar un calendario general que nos sirva de guía durante el proceso de planificación. En él reflejaremos las distancias actividades a realizar, los responsables de cada una de ellas y los plazos para ejecutarlas.

# **CAPÍTULO IV**

## **4. EL PRESUPUESTO Y LAS SECRETARIAS**

### **4.1. Responsabilidad Financiera, pasos, peligros; y, fuentes de ingreso.**

#### **4.1.1 Responsabilidad Financiera**

La delegación de la responsabilidad financiera puede diferir entre organizaciones, algunas de ellas tienen un manual de organización que se describe el procedimiento a seguir para conducir los aspectos financieros del congreso.

#### **4.1.2. Pasos**

Los tres pasos en el presupuesto son:

##### **Paso 1**

El primer presupuesto se prepara con mucha antelación respecto a la fecha del congreso. De hecho, tiene que estar cerrado cuando todavía se esté comprobando si es posible realizarlo. Se trata, pues, de un presupuesto completamente *teórico*.

##### **Paso 2**

El segundo presupuesto se prepara aproximadamente un año antes de la fecha del congreso, cuando se soliciten las ponencias, en el momento en que se conozca la tarifa de inscripción, cuánto costará el metro cuadrado de la exhibición, el tamaño de la lista de correspondencia y quiénes serán los ponentes.

Lo que todavía no se conocerá en este punto, en términos de ingresos, es el número de participantes y el tamaño de la exhibición. De lo que tampoco se tendrá conocimiento, en términos de gastos, es de las necesidades exactas del congreso (el tamaño del libro de resúmenes, el número de salas paralelas, la clase de eventos sociales) y el coste de cada una.

### **Paso 3**

El presupuesto final, una actualización del segundo, se aprueba aproximadamente tres meses antes de la fecha del congreso. En este punto se sabrá el número de inscritos, de póster, de salas paralelas, el tamaño de la exhibición y el número y naturaleza de los eventos sociales. Éste es el presupuesto operativo para el congreso.

#### **4.1.3 Los peligros del presupuesto**

Existen diferencias entre las expectativas iniciales y la realización de esas expectativas al estructurar el presupuesto final, los aspectos más peligrosos son aquellos que no pueden ser cambiados en el último momento.

##### **4.1.3.1 Presupuesto promocional**

El primer peligro en el presupuesto promocional surge cuando ya ha finalizado el tiempo y se debe fijar el presupuesto final.

##### **4.1.3.2 Presupuestar a los ponentes invitados**

No se podrá imprimir toda la documentación de los ponentes (ponencias) si todavía no se han cerrado con ellos los acuerdos contractuales pertinentes, sin prometerles cosas tales como billetes de avión, alojamiento, exención de tasas de inscripción, etc.

Todo esto se desarrolla antes de que controlemos las posibilidades financieras del congreso. Por ello, esta área pide un tratamiento muy delicado.

#### **4.1.3.3 Presupuesto del centro de convenciones**

Deberemos firmar un contrato con el centro de convenciones sin saber exactamente el tamaño del congreso o de la exhibición. Si es posible, intentaremos que éste sea flexible y nos permita cambiar el número y tamaño de salas hasta la fecha más alejada en el tiempo posible.

#### **4.1.4. Las fuentes de los ingresos del presupuesto**

Los principales ingresos de la mayoría de los congresos vienen de tres fuentes:

- **Tarifas de inscripción**

Se fijan de acuerdo con la organización internacional y el comité local y variará según diversas categorías, el factor más importante es estimar la cantidad de pago en cada una de las categorías. La temática del congreso puede tener un fuerte impacto de asistencia, muy a menudo el número de participantes de tarifa completa no sobrepasa el 50% de los asistentes.

- **Exhibición comercial**

Lo que debemos determinar es el tamaño de la muestra utilizando la información que tenemos de la edición anterior y sumando a esta los factores de influencia locales; los gastos engloban: tarifas del OPC, alquiler del lugar, distribución de las participaciones.

- **Patrocinio**

Gobiernos o compañías privadas facilitarán valores monetarios.

## **4.2 Gastos del Presupuesto**

Están dos clases de gastos: los fijos y los variables.

#### 4.2.1 Gastos de organización

- **Promoción de la organización:** Se pueden colocar los gastos por impresión, sellos, vuelos promocionales, juntos.
- **Secretariado:** Incluirá los salarios de quienes trabajan directamente en el congreso y gastos varios.
- **Impresión:** Puede considerarse como gasto variable para obtener una cifra se debe proporcionar al impresor: número de libros, tamaño, tipo de papel, color, número de hojas, tipo y materiales de encuadernación, dibujos o anuncios.
- **Salas y acuerdos técnicos:** Incluye:
  - Alquiler del vestíbulo para sesiones que suele deducirse de los ingresos de la exhibición.
  - Proyección que incluye los costos de equipos técnicos.
  - Grabación que supone un gasto pequeño, la mano de obra.
  - Decoración e iluminación, muy importante en un congreso.
  - Señalización, que aunque exista en el centro de convenciones nunca es suficiente.
  - Equipamiento de alquiler que incluye: mostradores, estación, pivotes, banderas, etc., en caso que el local no los tenga.
  - Equipamiento interactivo su uso cada vez es más barato.
  - Traducción simultánea considerando un equipo de los intérpretes en idioma activo, el coste es por receptor y día estableciendo un mínimo de receptores.
- **Eventos sociales:** Incluye:
  - Servicio de cafetería en la que se pueden considerar dos opciones, algunos congresos utilizan el *self service* que es mucho más económico pero no muy elegante.

- Almuerzos y cenas es recomendable incluir las comidas en la tarifa de inscripción
- Recepción y cóctel de bienvenida que el momento más idóneo para que las personas se conozcan una vez que se hayan registrado, la duración del encuentro es muy significativo dentro del presupuesto.

➤ **Eventos culturales:** entre los cuales pueden existir:

- La ceremonia de apertura, una reunión sencilla para la que no se necesita mucho presupuesto.
- Concierto o teatro o espectáculo de folclore dentro del congreso se debe incluir al menos uno de ellos, es un gasto insignificante por persona.
- Visita a museos o lugares especiales que se puede ofrecer gracias a la hospitalidad municipal o al instituto anfitrión.
- Cena de gala o banquete que se incluye en la cuota de inscripción.
- Eventos sociales patrocinados en los que se debe tomar en cuenta el transporte para los mismos.
- Programa para acompañantes que incluye invitaciones para los eventos oficiales y dos o tres excursiones diarias.

➤ **Mano de obra in situ:** entre las que tenemos:

- Azafatas.
- Equipo de inscripción.
- Información.
- Secretarías.
- Personal de protocolo.
- Seguridad.
- Técnicos generales.

➤ **Transporte:** puede ser: desde el aeropuerto a los hoteles y retorno, que paga cada participantes incluido en el paquete turístico; o, autobús/ servicio traslado desde los hoteles al centro de convenciones y regreso, servicio esencial en grandes congresos y que puede incluirse en la tarifa

de registro o cargarse separadamente ofreciendo una tarjeta de servicio de autobús al participante.

- **Tarifa de gestión para el OPC:** depende de las responsabilidades sobre sí misma
  
- **Presupuesto del ponente invitado:** existen 4 formas o niveles de cubrir los gastos del ponente invitados
  
- **Miscelánea:** Incluye:
  - Seguros a cada uno de los participantes, además empleados, a terceros y daños a la propiedad y centro de convenciones.
  - Comisiones bancarias a cargar con la tarjeta de crédito o transferencia se carga una comisión.
  - Propinas especialmente en los hoteles.
  - Relaciones públicas es aconsejable que las maneje una empresa especialista.
  - Prensa que por lo general constituye una rueda de prensa o entrega del material a los medios.
  - Kits para participantes que debe presupuestarse con antelación.
  - Presentadores que pueden ser también acompañantes a los participantes.
  - Gastos del comité organizador que dependerán de la política del mismo.
  - Caja menor o caja chica, fondo disponible para gastos menores como los del comité organizador.

#### **4.3. Selección de un Organizador Profesional de Exhibiciones**

Es esencial trabajar con un Organizador Profesional de Exhibiciones (OPE). La misma lista de categorías que aplicamos para elegir a la OPC es aplicable en este caso. El OPE debe estar establecido, contar con amplia experiencias en

organización y financiación y ser capaz, de proveer de una lista de referencias de exhibiciones anteriores y referencias. Lo ideal y aconsejable es entrevistarse con el coordinador de la exhibición personalmente.

#### **4.3.1. Responsabilidades del OPE**

El OPE debe trabajar en estrecha cooperación con el comité de la exhibición que ha sido organizador como parte de las responsabilidades del tesorero. Muy a menudo, los miembros del comité organizador ayudarán al OPE a vender el espacio de la exhibición llamando a los agentes comerciales, que son los principales proveedores de mercancías y equipamiento de la profesión. Éstos son los contactos que tienen un serio compromiso científico y de negocios con la profesión, y esos compromisos suelen encontrar su modo de expresión dentro del espacio de la exhibición.

El trabajo del OPE debería estar coordinado por la OPC ya que, además de que ésta es la responsable global del presupuesto, del dinero en efectivo y de las decisiones de localización del congreso, también es la coordinadora responsable de todos los demás servicios del evento. Si toda la información y decisiones pasan a través de la OPC, pueden evitarse confusiones y desembolso de gastos y de energías improductivas.

#### **4.3.2. El Contrato con el OPE**

Es necesario hacer un contrato con el OPE. Éste contendrá una descripción detallada de las tareas que deben ser cumplidas por este organismo. Debe mencionar el mínimo de días y horas que estará, localización, informe de ventas, informe financiero regular, acuerdos financieros, la fecha de finalización del acuerdo entre el OPC y el OPE, tamaño aproximado de la exhibición, número de expositores, precio por el metro cuadrado, número de participantes esperados para el congreso, etc. (esto implica que el OPC hará un pronóstico realista de lo que es importante para las ventas en este espacio y otros detalles).

#### **4.4. Las Secretarías**

Reciben el nombre de secretarías los distintos órganos de cooperación que ejecutan los objetivos marcados por el comité organizador

**4.4.1. Secretaría científica:** encargada de la relación con ponentes y la preparación del programa.

**4.4.2. Secretaría técnica:** centraliza las relaciones entre el congresista y el comité organizador y cumple con las funciones de:

- Contratación y reserva del alojamiento de congresistas y ponentes.
- Contratación y coordinación de la sede y salas de reuniones.
- Contratación y coordinación de servicios auxiliares.
- Organización de banquetes y comidas de trabajo.
- Recepción y proceso de las inscripciones.
- Coordinación de los servicios de la sede del congreso
- Preparación y entrega de la documentación al congresista.
- Montaje de la oficina de asistencia en la sede durante el congreso.
- Cierre económico del congreso e informe final de la gestión.
- De esta secretaría depende el departamento de protocolo.

**4.4.3. Secretaría Turística:** las funciones principales son:

- Organizaciones de tours pre y post congreso.
- Gestión del transporte aéreo de congresistas y ponentes.
- Gestión de los traslados de llegada y salida de los asistentes, así como el transporte entre los hoteles y la sede del congreso.
- Visitas y excursiones.
- Programa social y programa de acompañantes.

**4.4.4. Oficina de prensa:** las funciones de la oficina de prensa son:

- Confección de notas de prensa.
- Montaje de ruedas de prensa.
- Formación de portavoces.

- Montaje del gabinete de prensa.
- Ubicación de los periodistas asistentes al congreso.
- Análisis de resultados de audiencia

**4.4.5. Secretaría de exposición:** trabaja conjuntamente con los diseñadores

## CAPÍTULO V

### 5.- CONGRESO Y POST CONGRESO

#### 5.1 Días previos y celebración

El trabajo con anterioridad será el mayor soporte a la hora de empezar el congreso, las últimas semanas exigen absoluta coordinación entre organizadores y proveedores.

##### 5.1.1 El secretario del congreso y la mano de obra `in situ`

- **El secretario del congreso:** debe haber una oficina accesible al lugar del congreso se debe estar comunicados mediante teléfonos móviles o *walkies*.
- **El equipo de registro:** para atender correctamente a los participantes pre-registrados, conviene mantener un miembro del *staff* por cada 150 congresistas, para ello es necesario tener personal suficiente.
- **Mostradores de información y bienvenida:** el número de mostradores y personal de atención del congreso dependerá del tamaño y extensión de las áreas del mismo.
- **Azafatas:**
  - Entrada
  - Acceso al congreso
  - Azafata de localización

- Póster
  - Eventos sociales
  - Servicios y transporte
  - Técnicos
- **Selección de azafatas y técnicos:** es preferible contar con personal experimentado, de buena presencia, y que preferiblemente hable otro idioma, a más de la lengua materna.
  - **Sesión informativa y entrenamiento de las azafatas y técnicos:** si las azafatas y técnicos no tienen experiencia, deberán ser entrenados previamente.
  - **Uniforme del personal y normas:** todo el personal deberá llevar un uniforme para una fácil identificación una insignia visible, está prohibido fumar en horas de trabajo, comer o beber o masticar chicle.
  - **Horario del personal o staff:** a la hora de la comida el personal contará con turnos rotativos a fin de disponer siempre de personal en las áreas del congreso.

## 5.2 Servicios en el lugar del congreso

Quien acude a un evento de esta categoría espera siempre ser bien atendido, hay que considerar que la mayoría de los congresistas visitan por primera vez la ciudad y necesitarán instrucciones y direcciones para casi todos sus movimientos, es esencial contar con los servicios humanos por encima de los informatizados para que los participantes se sientan mejor.

- **Mostradores**
  - Registro: el mostrador de registro debe permanecer abierto todo el congreso y contar con personal para los participantes.

- Información: este mostrador informa durante todo el congreso, responde a preguntas de los ponentes, facilita el programa científico, la agenda, el póster, detalles de eventos sociales, aporta información sobre la ciudad, transporte público, eventos culturales, restaurantes, etc.
- Hospitalidad: este mostrador incluirá los siguientes servicios: alquiler de vehículos, excursiones, alojamiento de hotel, transporte, compañía aérea oficial.

- **Banco**

Todos los servicios bancarios, incluido el cobro de talones de viaje, tarjetas de crédito y cambio de moneda deberán estar disponibles en el lugar del congreso.

- **Correos**

Los servicios portales de todo tiempo deben estar siempre disponibles.

- **Servicio telefónico e Internet:**

La convención debe disponer de teléfono, fax y un mínimo de conexiones de internet.

- **Secretariado**

El 90% de los inconvenientes que surjan deben ser solucionados en los mostradores citados anteriormente, sin embargo ciertos problemas serán atendidos directamente por secretaría.

- **Mensajes**

Es importante no dar la sensación a los participantes de que no están aislados.

- **Sala de ponentes**

En congresos largos, es necesario contar con este espacio reservado para los ponentes, en el que puedan encontrarse y coordinar sus sesiones.

- **Sala VIP**

No se dispone de este espacio, se preparará uno con esta finalidad para atender a autoridades y personalidades, conferencistas o congresistas.

### **5.3 Inauguración del congreso**

La inauguración en el acto solemne con el que se indica el congreso, a éste se invita a varias autoridades a más de congresistas, la naturaleza e importancia del congreso determinará a qué autoridad debemos invitar al acto de inauguración. El jefe de protocolo comprobará el local, micrófonos, mesa presidencial, letreros, tarjetas sobre la mesa para la ordenación de la presidencia, el agua, los vasos, los posavasos, las servilletas, el orden del día, las luces, los letreros, los letreros de las filas reservadas, etc., además antes de empezar el acto repetirá todo el recorrido programado para los actos.

El protocolo que debe acompañar a la inauguración puede ser de la siguiente manera:

- El presidente del congreso recibe a las máximas autoridades, los invitados por el equipo de protocolo, las azafatas a los congresistas.
- Se inicia la comitiva de autoridades y presidencia del congreso.
- El presidente debe plantearse la sesión de la presidencia cuando asista una alta autoridad del Estado donde se celebra el congreso o de carácter internacional.
- El acto de apertura no durará más de una hora, se inicia con un discurso breve, luego se da comienzo a la conferencia inaugural.

- Las autoridades e invitados pueden ser obsequiadas con un vino de honor.

### **5.3.1. 'Coffee breaks' almuerzo de trabajo.**

Dentro de las salas de conferencias, está absolutamente prohibido consumir alimentos, es, entonces incluir ciertas comidas en la inscripción, existen algunas razones para la toma de esta decisión:

- La tarifa de registro está cubierta por una institución o impuesto del país origen del participante, así que tenemos la ventaja de tener incluida la comida en la tarifa, aunque esta suba un poco.
- Con las comidas incluidas los participantes no abandonan el lugar del congreso a mitad del día, esto asegura la asistencia a las ponencias en la tarde.
- Es una oportunidad para conocer a otros y navegar en la red.
- Los expositores estarán más contentos si los participantes se quedan en el lugar del congreso cuando no hay sesión.
- Comprando cientos de comidas a la empresa, podemos negociar un buen precio, mejor que si lo paga individualmente cada participante.

### **5.4 Eventos sociales.**

Son el espíritu del congreso, no solo consisten en cenas y entrenamiento, son una oportunidad para que la gente se conozca, que establezcan contactos y se encuentren con la comunidad comercial. Es fácil de encontrar en patrocinadores o compañías una plataforma para agradecimientos, publicidad y exposición general.

Los eventos más destacados:

- **Recepción del primer día:** denominado *get together*, es una recepción para estar juntos y conocerse, no incluye comida, pero sí bebida y un aperitivo, esta elección depende mucho del presupuesto, a veces puede ofrecerla el propio hotel o local organizador.
  
- **Inauguración:** podemos distinguir dos partes: el acto académico y la parte festiva, la ceremonia de inauguración suele incluir: acto académico u conferencia inaugural.
  
- **Clausura:** al igual que en la inauguración se distinguen dos partes: el cierre oficial y la cena o banquete de gala.
  
- **Otros eventos sociales pueden ser:**
  - Una recepción con el alcalde, que incluyen en ocasiones una cena buffet completa a base de la cocina local.
  
  - Una recepción en un museo es una ceremonia breve y de socialización.
  
  - Un concierto o espectáculo de folclore es aconsejable incluirla en la inscripción.
  
  - Cena en algún restaurante cercano en el que cada persona puede elegir el tipo de comida que prefiera.
  
  - Cena para el coordinador y ponentes invitados en un restaurante selecto en una de las noches libres.
  
  - Recepción del Presidente del Estado a los líderes de la organización que se realiza a la primera hora de la tarde.
  
  - Habitaciones de cortesía son para las empresas u organizadores.

- Recepciones para todos los participantes de una compañía para la que se debe comprobar el programa de eventos oficiales programados.

## 5.5 Clausura

Es igual que la inauguración, un acto solemne y exige, por lo general el mismo protocolo que aquélla, o quizá más, por que acostumbra ir acompañada de un banquete de gala.

Comprende, igualmente, la invitación al banquete, por lo que la carta deberá adjuntarse en el correspondiente tarjetón. Los congresistas hallarán este impreso en su carpeta.

El presidente puede hacer un balance de las tareas llevadas a cabo y agradecer el apoyo y la colaboración prestados por autoridades, las entidades y los congresistas.

El banquete de clausura puede ser una comida o cena, inclusive con espectáculo para lo que hay tener en cuenta ciertos aspectos.

Existen varias opciones entre ellas:

**Opción 1:** La cena de gala se incluye en la cuota pagada por los congresistas, hay que publicar el congreso e implicar a los miembros del comité en la venta de tickets, es preferible marcar la etiqueta para la cena en la invitación, únicamente se reservarán algunas mesas para las autoridades y personalidades, los agradecimientos es preferible hacerlos a la hora del café y muy breves, el programa artístico se dará entre el primer plato y el café, además hay que poner mucho empeño en la decoración de la sala, puede ser

agradable entregar un bonito recuerdo; finalmente la cena deberá incluir lo mejor de la cocina del chef.

**Opción 2:** Se puede evitar un banquete caro incluyendo un evento de despedida que incluye una recepción y programa artístico.

**Opción 3:** se puede considerar la posibilidad de programar varios eventos al aire libre.

## **5.6. Post – Congreso**

Aunque el congreso haya terminado, para los congresistas no es así, quienes buscan ultimar detalles y proceder a las valoraciones.

### **5.6.1 Tour Post-Congreso**

Es costumbre ofrecer excursiones al finalizar el congreso que no suelen durar más de unos, dos o tres días, los participantes consiguen mejores por excursión que si la gestionaran por su propia cuenta y es más entretenido viajar con sus colegas.

### **5.6.2 Retirada de equipos**

Antes de proceder a la entrega se debe revisar el normal funcionamiento de los mismos, se debe prever que durante la retirada de equipos estén disponibles los servicios de limpieza y seguridad de la que ha sido la sede el congreso.

Transcripción de ponencias

Se puede hacer llegar las ponencias a los congresistas de las siguientes maneras:

- En CD-Room, muy barato y manejable.
- Editando un libro de ponencias.
- Publicando las ponencias en la página Web del congreso.

### **5.6.3 Evaluación del comité organizador**

El comité organizador debe reunirse lo antes posible para evaluar el congreso, para lo cual deben disponer los siguientes documentos:

- Tabulación de las encuestas de evaluación o control de calidad.
- Dossier final del gabinete de prensa.
- Informe final de cada área, indicando resultados, objetivos alcanzados, metas logradas y opinión general.
- Informe administrativo, relación de ingresos y gastos.
- Memoria.

### **5.6.4 Conclusiones y Recomendaciones**

Cumplamos con los compromisos adquiridos durante el congreso, con:

- Proveedores
- Congresistas
- Patrocinadores
- Prensa
- Expositores
- Moderadores
- Organizadores que colaboraron

Preparemos una carpeta completa con la historia del congreso. Lo que nos ayudará a organizar mejores congresos a futuro.

- Evaluemos objetivamente aciertos y errores.
- Hagamos un seguimiento a las conclusiones del congreso.

### **BIBLIOGRAFÍA:**

- NURKANOVIC EGEA, María: La organización de congresos y su protocolo. Ediciones Protocolo. S.A. Madrid, 2005

## **PROYECTO EXTRA CLASE**

### **OBJETIVO:**

Identificar las principales empresas de Congresos que existen en Loja.

Desarrollar los pasos esenciales para la realización de un congreso.

### **PROCEDIMIENTO:**

1. Desarrollar un congreso con la planificación, presupuesto y evaluación.

## **MOMENTO III**

### **OBJETIVOS:**

- Generar conocimientos que demandan la organización de los eventos sociales.
- Proporcionar al estudiante los recursos necesarios para desarrollar habilidades y destrezas para la aplicación de técnicas que requiere el proceso de los eventos sociales.
- Organizar el esquema protocolario de los diferentes eventos sociales.

## **CAPITULO VI**

## **6. EVENTOS SOCIALES**

### **6.1 Concepto de Eventos Sociales**

Son aquellos eventos que no se encuentran marcados en el calendario y en el que se reúnen un grupo de amigos y/o familiares para celebrar algo o simplemente organizan un encuentro para verse y charlar.

La organización de la fiesta o encuentro, dependerá en gran medida del lugar donde se celebre, la época del año, la hora, etc. Todo ello influye en todos los ámbitos: vestuario, comida, bebida, elementos decorativos, etc.

### **6.2 Tipo de eventos sociales:**

Nacimiento

Cumpleaños

Fiesta de Quince Años

Bautizo

Primera Comunión

Matrimonio Aniversario

Festivales

Conciertos

Baby Shower

Despedida de soltera

Fiesta de debutantes

Fiesta de graduación

Navidad

### **6.3 Diferentes tipos de matrimonio de acuerdo a la religión**

Ortodoxa:

- En esta ceremonia todos los rituales se repiten tres veces, los anillos son bendecidos tres veces, las coronas que se ponen sobre las cabezas de los novios se intercambian tres veces, los novios beben tres veces de la misma copa y al final de la ceremonia, dan tres vueltas alrededor del altar.

Judía:

- Esta boda se la realiza bajo un dosel de seda y flores.
- Al finalizar la ceremonia el novio envuelve en una servilleta la copa en que él y su novia tomaron el vino consagrado y la rompe a sus pies.
- Esta boda nunca se la celebra un día viernes en la tarde o un día sábado por la mañana, porque estos son días santos.

Protestante:

- Las bodas protestantes tienen ciertas restricciones en cuanto a la música, uso de velas, fotografías, videos y también sobre el día en que se celebra.
- Estas bodas se celebran únicamente los domingos

#### **6.3.1. Pasos para un matrimonio eclesiástico**

##### **1. Pedida de mano de la novia**

- Origen de la petición de mano

Esta formalidad tiene su origen, en el consentimiento que necesitaban las novias de su progenitor para poder contraer matrimonio, y en el que, de alguna manera, se "negociaba" o "arreglaba" el matrimonio de la hija.

- Encuentro de las familias en la petición de mano

Esta reunión de las familias (próximas a emparentar) sirve para un conocimiento más amplio y profundo de ambas familias (aunque, también hoy en día, se conoce a la familia, generalmente, mucho mejor que antes, donde el novio no podía ni pisar la casa de la novia muchas veces).

Son los novios los encargados de ir presentando a las dos familias, utilizando las normas de Protocolo normales para las presentaciones

- Dónde se realizará la petición de mano fuera o en casa

El encuentro puede girar en torno a una mesa (almuerzo), a una merienda o simplemente alrededor de una taza de té o café.

El encuentro, puede ser a su vez en casa o en un restaurante (sobre todo si las familias son numerosas).

Generalmente, aparte de conocerse se suelen tratar aspectos de la boda. Aunque muchos de ellos ya están pensados, se suelen comentar detalles acerca del futuro enlace matrimonial de sus hijos.

Hay que ser prudentes si acuden (aunque no deberían) alguien más que la familia directa (padres y hermanos solteros, por regla general).

- Regalos en la petición de mano

El regalo tradicional para la novia suele consistir en un anillo con un pequeño (o grande, si se puede) brillante o cualquier otro tipo de anillo. El regalo habitual para el novio suele ser un buen reloj, aunque hay otras posibilidades menos tradicionales como unos gemelos o un elegante alfiler de corbata. (Aunque el alfiler de corbata cada día está en más desuso)

- Cuando se intercambian los regalos

El intercambio de regalos entre los novios se hace en presencia del resto de familia y nunca en particular entre ellos.

Cuando se compra el regalo hay que pensar en las posibilidades de nuestra pareja, para no hacerla de menos o tampoco tratar de llegar a un cierto nivel al que no podemos llegar. Se valora el detalle no el coste del regalo.

Aunque no hay normas regladas al respecto, los regalos se suelen dar con anterioridad a la comida o celebración, aunque también se pueden entregar a los postres o el café.

## **2. Buscar la iglesia, juzgado o ayuntamiento**

- Hay que fijar la fecha y la hora de la boda con suficiente antelación. Reservar con un año de anticipación.
- Si la boda es con muchos invitados, hay que realizarlo de tal forma que la mayor parte de ellos no tengan que desplazarse de la ciudad.
- Si es reducida, es una opción casarse fuera de la ciudad de residencia de los invitados, solo asistirán quienes tienen realmente interés.
- Los mejores días para casarse suelen ser los viernes por la tarde y los sábados. Son días en los que la mayor parte de las personas no trabajan y pueden asistir a la boda y las tiendas están abiertas por si surge cualquier imprevisto.
- Además, los domingos y los días de fiesta las iglesias no suelen celebrar bodas porque se reservan para las misas. Por lo que la concentración de celebraciones en viernes y sábado obliga a realizar las reservas con mucha antelación- tanto en iglesias y restaurantes-salones

## **3. Estudiar el número de invitados y presupuesto aproximado**

Decisión: ¿A quiénes vamos a invitar?

- En primer lugar, hay que pensar con cuánto dinero se cuenta para el financiamiento y qué clase de ceremonia se piensa realizar. Debemos

partir de estos dos puntos para continuar con la planificación de la boda ya que, si no estamos seguros, no se podrá llegar a algún acuerdo posterior.

- Necesitamos saber cuanto antes el número aproximado de personas que asistirán a nuestra boda. Es una decisión importante puesto que nos servirá a la hora de seleccionar el lugar del banquete: en función de ello se decidirá el tamaño del salón.
- En la confección de la lista, se debe participar las dos familias, puesto que ellas, ya asistieron a muchas bodas y deberán corresponder ahora con sus compromisos.
- Si la cantidad de personas es mayor de la que esperábamos y no se adecúa a nuestro presupuesto, es mejor descartar a varios de ellos quienes ya no serían invitados.
- Definir entre todos un número aproximado de invitados y tomar en cuenta que los invitados fallarán en un porcentaje de entre un 15 y un 20 por ciento.
- Utilizar el Planificador, en el podrán incluir una primera lista, para poder a continuación imprimirla, con muchas opciones, como imprimirla por el total de invitados, por grupos.
- Entregar otro día el listado a las familias para que lo complementen con los datos de sus invitados. Esto agilizará la confección de la lista definitiva y evitará presiones e interferencias.

¿Con qué presupuesto contamos?

- Por supuesto este punto es fundamental. A veces decimos: ya veremos. Será una guía fundamental a la hora de elegir el sitio y diseñar la boda.
- El mercado ofrece una variada gama de lugares con diferentes precios y posibilidades y sabiendo el presupuesto disponible.
- Es mejor que en una primera reunión estén los novios planificando todos los detalles.

#### **4. Buscar el sitio para celebrar el banquete**

- El presupuesto con el que se cuenta.
- Número de invitados para elegir el lugar adecuado.

##### **Hotel (salones)**

- En ellos todo está, por lo general, muy estandarizado: menús, vajillas, decoración, mantelería
- La ventaja es que el abanico de precios es amplio; según la categoría del hotel así serán los precios mínimos por comensal.

##### **Salones**

- Elección del día y el mes cualquier época del año es buena para casarse y casi cualquier día de la semana, dependiendo del tipo de ceremonia.
- Hay que considerar un lugar cerrado para el banquete por si llueve.
- El jardín será fenomenal, si fuera el caso, para la ceremonia y el cocktail.

La cena casi siempre la recomiendo en el interior o bajo una carpa. Por lo tanto, la elección del mes se la basará no en clima sino más bien en otras razones como compromisos labores, fechas significativas.

##### **Restaurante**

Algunos son ideales para bodas no excesivamente masivas. La atención y confección de menús, aunque lógicamente tienen menús-tipo, es muy negociable. Los precios lógicamente van en función de la categoría del local y del contenido del menú.

Finca alquilada o finca particular con catering

Está muy de moda celebrar las bodas en el jardín de la casa particular de uno de los novios, en cuyo caso se contratará un catering. Si se celebra en una finca alquilada, hay dos posibilidades: elegir los novios la finca y alquilarla y

después contratar el catering, o bien acudir a una empresa que ya tenga una serie de fincas adjudicadas para celebrar bodas.

#### **6.3.1.1. Elección del catering**

El primer paso a la hora de elaborar un buen menú es ponerse en contacto con las empresas de catering que ofrezcan mayor confianza, y concertar una cita con las que seleccione para realizar una pequeña degustación.

Ofrecen la elaboración de menús étnicos o los que elaboran chefs especializados en comida caribeña, indonesia o de cualquier región del mundo.

#### **¿Cómo acertar con el Catering?**

- Que la empresa se desplace hasta el lugar escogido por los novios para la celebración de la boda
- La tranquilidad de saber que van a llegar a tu casa y que te lo van a poner todo por delante
- Los servicios: aire acondicionado, decoración floral, camareros, montaje y desmontaje, moquetas y alfombras y personalización del menú, lo cual te asegurará que la fiesta va a salir a la perfección.
- Tomar en cuenta la hora de la barra libre

#### **6.3.1.2. Preparación Previa:**

Para la novia:

- Traje, Vestido
- Complementos: tocado, Velo, guantes...
- Ropa íntima, liguero...
- Zapatos
- Bouquet flores

- Estética
- Peluquería
- Gargantilla, pendientes, diadema

Para el novio:

- Alianzas de compromiso
- Traje novio: chaqué clásico, Leva o terno negra
- Chaleco, Camisa, Corbata
- Gemelos
- Alfiler de corbata
- El reloj
- Flor en el ojal
- Ropa interior
- Zapatos
- Peluquería
- Estética

Común:

- Alquiler del automóvil y decoración floral del mismo
- Invitaciones de boda: Elección y envío. Tarjeta de contestación. Caligrafía. Plano del lugar del banquete (opcional). Agradecimientos
- Fotografía y Vídeo. Elección del proveedor, pruebas.
- Lista de bodas. Nota de agradecimiento por los regalos
- Sala de Fiesta o discoteca para finalización del evento

- Despedida de soltero/a: decidir si será común o individual. Para ambos casos, buscar el sitio e informar del lugar, día y hora a los asistentes
- Ceremonia: Decidir el lugar para la ceremonia
- Iglesia-Juzgado:

### **6.3.2. Pasos para el matrimonio civil**

Fecha:

El primer paso es elegir la fecha más adecuada. Generalmente se realiza con una semana de anticipación a la realización de la boda eclesiástica, pero se considera también como una opción realizarla el mismo día.

Juez y testigos:

- Solicitar la autorización para realizar la boda en el hogar o lugar escogido, preparar los documentos necesarios, elegir a los testigos tanto el principal como los demás testigos de cada novio y solicitar la documentación que se requiere de ellos

El Escritorio para el juez:

- Seleccionar el sitio adecuado para el escritorio con la finalidad de que se vea sobrio. Decorar con un arreglo floral delicado y elegante que no sea de gran tamaño.
- Es importante preparar la pluma con la que firmarán novios y testigos, pruébala para comprobar que esta fina pluma funcione a la perfección.
- Utiliza una silla al pie del escritorio, para que los novios y testigos puedan utilizarla el momento de la firma.

Arreglos Florales:

- Se debe decorar el hogar o el lugar de la recepción con arreglos florales delicados y en el color elegido.

- No sobrecargar el área con arreglos porque por lo general siempre se recibe los arreglos de felicitación de tus parientes y amigos.

Música:

- Manejar la música del evento internamente, seleccionar la música de acuerdo con el toque que se quiera dar al evento.
- Contratar músicos o un Disk Jockey.

Licores y Bebidas:

- El primer licor que se debe ofrecer es champagne, el mismo que se ofrecerá inmediatamente después de que el juez termina la ceremonia y los declara formalmente casados.

Si uno de licores que se ofrecerán en la boda civil es whisky calcula una botella para 4 personas, a pesar de que en la práctica una botella puede rendir para 5 o 6 invitados.

- Recuerda que parte de las gaseosas que se ofrecerán deben ser variadas, principalmente utiliza colas negras y compra siempre un par de colas dietéticas.
- Se calcula que una botella de gaseosa de 2 litros rendirá para 5 personas, calculo que puede variar dependiendo del tipo de licor que se ofrecerá ( si ofrecen ron que generalmente se acompaña de cola negra), el tipo de invitados o el tiempo de duración del evento.

Es importante que te abastezcas también de agua mineral y hielo. Se calcula que una funda de hielo grande te rinde para 15 personas.

#### **6.4. Comida**

- El primer paso es tomar la decisión de si el brindis irá acompañado de un buffet o de bocaditos.

- Si se realiza la boda civil en casa, la mejor opción será ofrecer bocaditos. (6 por persona) (9 de sal y 3 dulce)
- Estos bocaditos los servirán directamente los meseros, para un cóctel con bocaditos se calcula que cada meseros puede atender a 10 personas.
- Mantener personas encargadas del bar para que el servicio sea de primera no únicamente por la comida sino también porque esta irá siempre acompañada de vinos o gaseosas.

En el caso de buffet, se debe ofrecer mínimo tres platos, 2 a 3 variedades de postres, o una variedad de bocaditos de dulce especiales para bodas que encantan a todos.

## 7. Otros eventos sociales

### Nacimientos

- *La llegada de un bebé a la familia es siempre motivo de alegría en todas las culturas. Pero, cada una tiene sus propias celebraciones y sus ritos.*
- Una oración, el *adhán*
- En el Islam no existen celebraciones litúrgicas. Ni en el Corán ni en la Sunnah,
- Lo que sí encontramos en la Sunnah del profeta es la recomendación de recitar el *adhán*, la llamada de oración en el oído del recién nacido. El sentido de esta oración, que puede ser recitada por la madre o por el padre del bebé, es sensibilizarlo, desde su llegada al mundo, a la adoración y a la revelación divina.

Para los judíos

- La fiesta del nombramiento

- Si el bebé es niño, a los 8 días se celebra su fiesta del nombramiento, celebración llamada *Brit Milah* que recuerda el primer precepto que recibió Abraham de Dios. En la *Brit Milah*, que significa “el hijo del pacto”, se circuncida al bebé; al quitarle el prepucio se recuerda que el hombre no es el centro del universo y, que éste viene a la tierra para alcanzar la perfección a través del trabajo espiritual.
- Si el bebé es niña, el primer sábado después del nacimiento se celebra su [fiesta](#) del nombramiento, en este caso la celebración se llama *Fadas*. Se realiza en sábado, o *shabat* en hebreo, porque es el día de descanso y de fiesta para los judíos. Su fin es proporcionar a la nueva persona su identidad. “No somos un número, somos una identidad, un sentir de que cada uno tenemos nuestra propia alma y nuestra propia esencia. La fiesta del nombramiento es como dar al recién nacido su tarjeta de visita”, dice Moshe Bendahan, rabino de la Comunidad Judía de Madrid.

### **Cumpleaños:**

- Siempre resulta de mal gusto el preguntar la edad cuando se trata de personas adultas. En estos casos, los pasteles de cumpleaños suelen tener una sola velita, la cual representa el año que se comienza a vivir.
- Todo invitado está en la obligación de presentarse con un regalo, por sencillo que éste sea. Claro está que si, por alguna razón, no le es posible asistir al festejo, no se espera que mande ningún presente. No obstante, sería de muy buen gusto, especialmente si se trata de personas muy conocidas, el enviar algún obsequio.

### **Primera Comuni3n:**

- Alrededor de los siete años, los niños hacen su primera comuni3n. Se trata de una ceremonia de car3cter colectivo que el ni3o comparte con los otros comulgantes y que se suele realizar en primavera luego del periodo de instrucci3n o catequesis.

- Por el carácter religioso de la ceremonia, no es recomendable caer en tentaciones mundanas con respecto al vestido. En el festejo posterior se ofrecerá una sencilla fiesta con un buffet básico.
- Los regalos principales corresponden a padres y padrinos (medallas, anillos, etc.). el resto de los invitados podrá decidirse por cualquier otro tipo de obsequio.

### **Bautismo:**

La ceremonia:

- La fecha será escogida por los padres.

Las invitaciones

- Pueden realizarse vía telefónica o escrita, deben incluir el lugar, la fecha la hora y el tipo de reunión (buffet, cena, etc.). Se trata de una ceremonia discreta, por lo que solo serán invitados parientes y el círculo de amistades más íntimo.

El festejo:

- Tendrá lugar con posterioridad a la ceremonia y deberá ser de carácter sencillo. La torta es de rigor y no puede ser olvidada. Se acostumbra reglar estampitas a modo de agradecimiento y recuerdo.

### **Aniversario de Bodas:**

- Bodas de plata: veinticinco años de casados.
- Bodas de rubí: cuarenta años de casados.
- Bodas de oro: cincuenta años de casados.
- Bodas de diamante: sesenta años de casados.

### **Debutantes**

- Es la manera, un poco elitista y exclusiva, de presentar en sociedad a los chicos y chicas que suele alcanzar la mayoría de edad y las que suelen alcanzar su mayoría de edad. No siempre tiene que ser así, pues hay bailes en los que hay chicos y chicas entre 16 y 18 años aproximadamente.
- Pero vayamos al "protocolo" de la ceremonia en sí. Para la ocasión se suelen reservar los salones de un gran hotel o algún otro tipo de salón de una sociedad recreativa, de una entidad determinada, etc.
- Los padres, tutores y otros familiares permanecen sentados en sus mesas, mientras los chicos y las chicas hacen su entrada en el salón, generalmente por unas escaleras, partiendo de dos filas independientes.

#### Requisitos del vestuario

- Los chicos, deben ir vestidos de riguroso traje de gala, frac, con chaleco blanco, pajarita y camisa blanca.
- A este vestuario se le acompaña de unos guantes blancos de gala que deberán utilizar (llevarlos puestos durante el baile). No se deben dejar en la mano sin poner, como si fuesen un adorno. El cabello debe llevarse arreglado y con un corte clásico, evitando melenas, trenzas, etc.
- Las chicas deben lucir traje largo, blanco o marfil, y acompañarlo adornando la mano con un pequeño ramo de flores.

#### **BIBLIOGRAFÍA:**

- FLEITMAN, Jack. Eventos y Exposiciones, una organización exitosa. Editorial McGraw. Hill. México 1997

- <http://www.eventosytecnologia.com.ar/>

## **PROYECTO EXTRA CLASE**

### **OBJETIVO:**

Desarrollar los pasos esenciales para la realización de eventos sociales

### **PROCEDIMIENTO:**

1. Desarrollar un evento social con los todos los pasos que el docente le indique