

10



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
COLEGIO DE PEDAGOGIA

FORMACION DE COORDINADORES DE CONGRESOS,
CONVENCIONES Y EVENTOS DE CAPACITACION

**INFORME ACADEMICO DE
ACTIVIDAD PROFESIONAL**
PARA OBTENER EL GRADO DE:
LICENCIADA EN PEDAGOGIA
P R E S E N T A :
BELTRAN PEREZ ERIKA

DIRECTOR DE TESIS: LIC. JAVIER VEGA RUGERIO



2002



FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

PAGINACIÓN

DISCONTINUA

AGRADECIMIENTOS

LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO COLEGIO DE PEDAGOGÍA

Porque sin condición alguna permitió que concluyera una profesión, en ella aprendí que siempre he de dar lo mejor que pueda en las circunstancias que me rodean, no sólo me formó en conocimientos, sino también en ser coherente con lo que digo, pienso y hago, tener honestidad cuando me equivoque y cuando acierto. Tener calidad humana por los demás. Por eso ahora me toca a mí ponerle en alto, me siento muy orgullosa de esta institución.

TU TI TURE

Tú me has enseñado que en el éxito, la persistencia es mucho más importante que la suerte o la oportunidad. Me ayudaste a poner en práctica mis ideas valiéndome más de la acción y no sólo de la intención. Sé que puedo contar contigo siempre en lo que quiera realizar. Eres una persona con grandes cualidades y un esposo excelente. Gracias mi amor por todo tu apoyo y por impulsarme a ser una mujer profesional aún de casada. "TE AMO".

TU DIEGO

Tú el hijo mío, porque desde que tu llegaste a mi vida mis anhelos de destacar crecen junto contigo, me haces sentir fuerte y capaz de lograr cualquier cosa, por eso a ti dedico este trabajo. Eres un niño hermoso con grandes cualidades serás un "trifulador" "TE QUIERO".

TU MI MAMÁ

Tú mi mami, que siempre has estado a mi lado y me hiciste ser la única responsable de mi misma para no culpar al destino o a la suerte, cultivaste diariamente hábitos constructivos que cada día me hacen crecer. Gracias por darme la vida, tu amor y tu espacio.

TU MI PAPÁ

No podré jamás compararte, solo de ti aprendí que cuando se trabaja por lo que se quiere se puede avanzar en la vida, y que con el simple hecho de seguir adelante, de enfrentar a problemas diarios y no rendirme, me hago más valiente y admirable. Gracias por tu infinito amor y tus consejos.

TU MAMÁ Y TU PAPÁ

Que como familia hemos aprendido a no rendirnos cuando las cosas parecen empeorar, juntos disfrutamos esta vida como una única oportunidad trabajando, amándonos, gozando y riendo. Y que no importa lo que digan, piensen o hagan los demás, sino lo que hagamos, pensemos y nos digamos entre nosotros.

TU MI HERMANO

Es hermoso saber que siempre tendré un hermano que me apoya en todo y que vivimos momentos envidiables para muchos. Sólo recuerda que con una actitud positiva ante la vida te abrirás todas las puertas. Sabes: "Tú también lo vas a lograr".

TU SERRITA

Tú que desde que llegaste a la familia te adopté como mi hermanita y aprendí de ti que las personas como tú con ideas, planes y metas tienen grandes posibilidades de sobresalir. "Te admiro mucho"

TU PABLO, KARRI Y JORGINO

Tú mis sobrinos consentidos a quienes quiero mucho y quienes a diario me recuerdan que la vida es para reír, jugar y aprender. Su vitalidad me encanta.

AGRADECIMIENTOS

¶ JUVIER

Primero mi jefe, después mi maestro y ahora mi amigo. Gracias por confiar en mí y compartir conmigo tantos conocimientos y sobre todo tu amistad, y enseñarme que no es perzoso sólo el que no hace nada, sino también el que pudiendo hacer algo mejor, no lo hace. En todo este tiempo aprendí que el éxito no viene del hacer, sino de ser tu mismo y de desarrollar mi potencialidad al no permitir que una oportunidad pase por mi lado sin desajarla. Gracias "maestro"

¶ MI GRAN AMIGO BENICIO

¿Recuerdas todos los maravillosos momentos que pasamos juntos?, es algo que siempre nos llevaremos en la mente y en el corazón. Juntos hicimos fuerza para enfrentar las penas de la vida, pero también acordamos crear nuestras propias oportunidades y hacer de nuestras vidas un sueño, una ilusión, una aventura y vivir cada segundo intensamente.

Gracias por ser parte de mi formación profesional y de una etapa tan importante en mi vida.

¶ LA FAMILIA SOTELO PÉREZ

Gaby, Alfredo, Diana y Daniel, gracias por estar siempre conmigo y compartir bellos momentos.

¶ MI ABUELA

Gracias abuglita Betty, por cuidarme y ayudarme a crecer, te dedico con todo mi cariño este trabajo y espero sigas tan orgullosa como siempre de mí, del esfuerzo que he realizado y de ser una buena nieta. "Te quiero"

¶ LA FAMILIA BELTRÁN TRINQUICHOFF

Gracias por ser cada uno de ustedes un ejemplo de vida y de entusiasmo, crecer con ustedes y optar el positivismo que muchas veces se necesita para salir adelante. Tengo en mi corazón un mensaje de cada uno de ustedes.

¶ MIS MAESTROS

Y no sólo los de la Universidad, sino a todos los que intervinieron en mi educación desde que inicié, ya que todos han sido parte fundamental en todo mi proceso de aprendizaje. Reconozco ampliamente su labor educativa y todo lo que me dieron, no solo en conocimientos, sino también en la madurez de la vida. Con todo mi cariño, con un profundo respeto y admiración. Gracias

¶ MI JURADO

Mtra. Doora Elena Marín Méndez, Lic. Hilda Patricia Zurita Gutiérrez, Lic. Ruth Ivonne García Delgado y Benjamín Heredia Servín. Por su tiempo y dedicación en la revisión de este trabajo. Así como también sus valiosas aportaciones para el enriquecimiento del mismo y por ser testigos de una realización profesional del colegio de Pedagogía.

¶ TI

Gracias a todos aquellos que creyeron en mí y por la confianza depositada, el apoyo y el impulso para culminar esta etapa.

Gracias a todos aquellos que no creyeron en mí, por el reto que en mí forjaron para seguir adelante y con firmeza.

Y a todos los que apoyaron directa o indirectamente en la realización de este trabajo.

AGRADECIMIENTOS

A MI

Que por fin he culminado una etapa más en mi vida, erzo en mi y en mis alcances; me siento orgullosa y capaz de realizar aún muchas cosas más.

Reconozco las angustias, los sin sabores, las aventuras, las satisfacciones, y otras tantas emociones que pasé para llevar a cabo de principio a fin este trabajo.

Y sí también me siento orgullosa por mi actitud, ya que cuanto más vivo, más cuenta me doy del impacto que mi actitud tiene sobre mi vida.

Mi actitud es más importante que el pasado, que el dinero, que las circunstancias, que los fracasos, que lo que otras personas digan, piensen o hagan.

Es más importante que las apariencias. Con mi actitud levantaré o haré fracasar una empresa, un hogar o mi vida.

Día a día es mía la elección de mi actitud que asumiré en respuesta a toda situación.

En todo momento soy responsable por mi actitud. En efecto mi mangra de ser depende enteramente de mi actitud y con ella seguiré buscando nuevos proyectos.

De que sí no voy junto con el cambio y mantengo una actitud positiva y fuerte me extingo.

MIS PROFESIONES:

Hija
Hermana
Amiga
Mujer
Tía
Esposa
Madre
Pedagoga

ERIKÁ BELTRÁN PÉREZ

Abril - 2002.

“FORMACIÓN DE COORDINADORES DE CONGRESOS, CONVENCIONES Y EVENTOS DE CAPACITACIÓN”

INDICE

INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I	
ANTECEDENTES DE ESTRATEGIA Y TÉCNICA EMPRESARIAL	
1.1. ¿QUÉ ES ESTRATEGIA Y TÉCNICA EMPRESARIAL?	6
1.2. LA ESTRUCTURA Y SERVICIOS QUE PROPORCIONA ETESA.	8
1.3. DESCRIPCIÓN Y VALORACIÓN CRÍTICA DE LA ACTIVIDAD PROFESIONAL EN ETESA: LA CAPACITACIÓN DEL COMITÉ ORGANIZADOR DE EVENTOS.	13
CAPITULO II	
LA CAPACITACIÓN, SUS PRINCIPIOS, VENTAJAS Y LIMITACIONES	
2.1 ¿QUÉ ES LA CAPACITACIÓN?	19
2.2. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS	
2.2.1 EDUCACIÓN.	20
2.2.2 APRENDIZAJE	27
2.2.3 ENSEÑANZA	29
2.2.4 EL PROCESO DE ENSEÑANZA	30
2.3 EL GRUPO EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	35
2.4 LA PLANEACIÓN DE LA CAPACITACIÓN	42
2.5 BENEFICIO DE LA CAPACITACIÓN.	47
2.6 DECÁLOGO DE LA CAPACITACIÓN	48
CAPITULO III	
CONGRESOS Y CONVENCIONES	
3.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS.	50
3.2. GRUPOS, CONGRESOS Y CONVENCIONES.	52
3.3. CLASIFICACIÓN DE LOS EVENTOS.	55

3.4. PLANIFICACIÓN GENERAL DE UN EVENTO	57
---	----

CAPITULO IV

EL COORDINADOR DE EVENTOS

4.1. ¿QUIÉN ES EL COORDINADOR DE EVENTOS DE CAPACITACIÓN.	60
4.2. PERFIL IDEAL DE UN COORDINADOR DE EVENTOS.	61
4.3. EVENTOS EN LOS QUE INCIDE UN COORDINADOR.	65

CAPITULO V

EL MANUAL DE INSTRUCCIÓN COMO UN AUXILIAR DIDÁCTICO PARA FAVORECER EL PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EN LA CAPACITACIÓN.

5.1 LOS MATERIALES DIDÁCTICOS	69
5.2 PASOS PARA LA FORMULACIÓN DE MANUALES	73
5.3 SEIS CONSIDERACIONES PARA LOS MANUALES DE INSTRUCCIÓN.	76
5.4 ESPECIFICACIONES GENERALES PARA SU ELABORACIÓN	76
5.5. MANUAL PARA LA FORMACIÓN DE COORDINADORES DE CONGRESOS, CONVENCIONES Y EVENTOS DE CAPACITACIÓN.	77
5.5.1 METODOLOGÍA EMPLEADA PARA LA ELABORACIÓN DEL MANUAL	78
CONCLUSIONES	80
BIBLIOGRAFÍA	82

INTRODUCCIÓN

Las demandas actuales y reales de la capacitación son más específicas y exigentes; tanto en la formación del pedagogo como facilitador del proceso de enseñanza-aprendizaje, como en las características básicas para el diseño, conducción, coordinación y evaluación de un curso o evento de capacitación.

En la actualidad el profesional en pedagogía está continuamente en la búsqueda de nuevos campos de desarrollo donde pueda ejercer, participar e intercambiar los conocimientos y habilidades de su disciplina. La pedagogía está logrando poco a poco involucrarse en más campos de trabajo e interrelacionarse con otras disciplinas (Psicología, Administración de empresas, Relaciones Públicas, Sociología, Informática, etc.).

Hoy por hoy, la capacitación juega un papel muy importante en el ámbito empresarial mexicano, sobretodo a nivel de desarrollo del factor humano.

Por otra parte, también es importante considerar que la capacitación "no es una forma mágica" que todo lo resuelva, sin embargo es un medio indispensable para el cumplimiento de los objetivos de una empresa. Es por esto que en gran parte de los centros de capacitación y, en general todos los servicios en materia de recursos humanos, han puesto especial énfasis en la *sistematización de eventos de capacitación*, entonces es cuando empezamos a hablar de **¿cómo?** y **¿quién?** será el encargado de realizar dicha tarea.

¿Cómo? llevando a cabo una detección de necesidades de capacitación, adiestramiento y desarrollo real.

¿Quién? Como todas las funciones de una empresa, la capacitación requiere de personas técnicamente preparadas (en carreras afines como: pedagogía, psicología, administración, etc.), que conduzcan los *eventos* encaminados al *cumplimiento de planes y programas* de capacitación; así como un **coordinador** que apoye en el evento en todo lo necesario para el logro de tal fin.

Sin embargo, pocas son las personas que poseen el perfil de un *coordinador de congresos y convenciones*, y aún menos los profesionistas formados para cubrir dichas funciones.

El presente trabajo pretende reconocer la necesidad que existe de formar especialistas que *coordinen eventos de capacitación, congresos y convenciones*, y plantear una alternativa para los profesionistas interesados en dicha área utilizando principios metodológicos en la planeación, programación, ejecución y seguimiento de eventos de capacitación.

Realizar un trabajo acerca de la formación del *coordinador de eventos de capacitación, congresos y convenciones* abre una nueva expectativa al pedagogo en su mercado de trabajo en donde puede ejercer y demostrar las habilidades de su disciplina, este trabajo es una excelente oportunidad de desarrollo y un elemento primordial para que los eventos de capacitación (cualquiera que estos sean) tengan un máximo de excelencia y aprovechamiento tanto por quien lo imparte, como por quien participa en el.

La experiencia como coordinadora de eventos de capacitación y mi formación como pedagoga, me dan los elementos suficientes para estructurar un manual para la **"Formación de coordinadores de Congresos, Convenciones y Eventos de Capacitación"**; que permita a quienes estén interesados en este ejercicio profesional, tener los elementos y herramientas necesarias para sacar adelante y sin dificultades un evento. En Estrategia y Técnica Empresarial, S.A. DE C.V. (ETESA) se me brindó la facilidad de realizarlo ya que como parte de los servicios de capacitación que ofrece, se encuentra la organización de congresos, seminarios y eventos de capacitación, tomando en cuenta la planeación, coordinación y operación de los mismos. La filosofía de ETESA es: **"Ofrecer servicios integrales basados en la calidad y en la competitividad"**. Por ello seleccioné la realización de un manual para la formación de coordinadores de eventos de capacitación el cual contemplará las características esenciales del coordinador, sus actitudes y aptitudes en el desarrollo de este tipo de eventos. Optando finalmente por el informe académico como un medio de titulación que permita dar a conocer mediante la experiencia e investigación todo lo que se lleva a cabo en la coordinación de eventos a beneficio de quienes se desarrollen o pretendan llevar a la práctica dicha actividad y sobre todo seguir abriendo nuevos caminos en el campo profesional del Pedagogo rompiendo con el paradigma de que este profesional solamente se dedica a la docencia.

No se pretende dar un planteamiento con mayor peso en lo teórico acerca del tema, sino el producto de la investigación bibliográfica y documental que se hizo, de la recapitulación de distintas personas y de mi experiencia en el *ejercicio práctico* en esta actividad.

En el presente trabajo se desarrollará tomando en cuenta los siguientes objetivos de trabajo:

- Desarrollar un marco teórico tomando en cuenta el proceso administrativo de la capacitación.
- Analizar la importancia del proceso de enseñanza-aprendizaje en los eventos de capacitación, los congresos y las convenciones.
- Aplicar la experiencia laboral adquirida en la formación profesional de manera sistemática.

-
- ☑ Analizar y describir los conocimientos que son necesarios para lograr óptimos resultados en la organización de congresos, convenciones y reuniones de capacitación.
 - ☑ Desarrollar un manual profesional, para las personas interesadas en realizar con éxito eventos de capacitación, congresos y convenciones.

Con base a los objetivos planteados se estructuró un índice temático, para el desarrollo de los mismos.

En la introducción se planteará acerca de los motivos que dieron origen a la elección y realización de un informe académico. Así como también se justificará la importancia de desarrollar personal que cubra un perfil de acuerdo a las necesidades encontradas en la empresa y la intervención pedagógica que se tuvo al elaborar un manual para la capacitación del personal que se requería para este tipo de eventos.

En el capítulo uno se retomará como marco de referencia las características generales de la institución en la cual se desarrollo la actividad profesional; teniendo en cuenta la ubicación y descripción de la actividad profesional.

En el capítulo dos, se definirán los conceptos de capacitación, educación, educación de adultos, formal, no formal e informal y aprendizaje. También se describirá el proceso de enseñanza-aprendizaje que se genera y las condiciones que hay que tener en cuenta en la realización de eventos de capacitación, congresos y convenciones, ya que estos son considerados una estrategia de educación curricular que apoya la actualización profesional.

En el capítulo tres, se incluirán los conceptos empleados en el análisis y desarrollo de la tarea. El cual nos brindará un panorama amplio de los antecedentes de los eventos como Congresos y Convenciones, tomando en cuenta su definición, propósitos y clasificación.

En el capítulo cuatro se pretende dar un perfil del Coordinador de Congresos y Convenciones con el cual se pretende seleccionar o desarrollar personal que cubra dichos requisitos, este mismo perfil se realiza con base a la experiencia adquirida en distintos eventos.

Finalmente en el capítulo cinco, se presenta el manual que se elaboró como parte de una de las actividades profesionales dentro de la empresa, y con el cual se pretende dar capacitación y a través de esta formar al personal que se seleccione para la coordinación de eventos de capacitación, congresos y convenciones.

CAPITULO I

ANTECEDENTES DE ESTRATEGIA Y TÉCNICA EMPRESARIAL S.A.

1.1. ¿QUÉ ES ESTRATEGIA Y TÉCNICA EMPRESARIAL S.A.?

Dentro de las distintas actividades que realicé en Estrategia y Técnica Empresarial de manera profesional, está la elaboración de una "Carta de Servicios"¹. Esta surgió con la necesidad de que es muy importante organizar las actividades de la empresa y establecer el **qué y cómo** ofrecemos los servicios; otra finalidad de éste documento es el enlace estrecho que se tiene con otras empresas o instituciones a las cuales se les hace llegar la información de los que es ETESA, con él pueden conocer los servicios que se ofrecen; o bien, una manera de compartir terrenos de trabajo o llevar a cavo actividades que se soliciten.

Para fines de éste capítulo retomé este documento que realicé dentro de la empresa en el año de 1998. Este documento en sí encierra la forma más completa y sencilla de dar a conocer los antecedentes, estructura, servicios y filosofía de la empresa.

En este documento participé y fui responsable de la idea original, redacción, formato, captura y difusión del mismo.

A continuación se presenta la información contenida en la carta de servicios ETESA.

Estrategia y Técnica Empresarial, S.A. es una empresa joven que inicia su actividad profesional el 2 de junio de 1993, como una institución colegiada; para sumarse al esfuerzo de desarrollar organizaciones más competitivas; contando con el reconocimiento nacional e internacional; esto hace que cuente con profesionales y colaboradores de alto nivel, provenientes del mundo de la empresa, consultoría y universidades de prestigio. La experiencia adquirida a través de este tiempo, es derivada del intenso trabajo realizado con empresas del sector industrial, servicios, comerciales, públicas y financieras.

La consultoría de Estrategia y Técnica Empresarial se inicia desde la primer entrevista con los directores o ejecutivos, en la cuál se pueden conocer él o los problemas que se pudieran tener para que posteriormente se hagan los

¹ BELTRÁN, Pérez Erika. "Carta de servicios ETESA", Mecanograma. ETESA. México, 1998.

procedimientos necesarios y proseguir con el modelo de consultoría que se ha adoptado, y este es el de diagnosticar, implantar y evaluar; mismos que han dado excelentes resultados.

Los consultores que participan en Estrategia y Técnica Empresarial desarrollan modelos de capacitación con base al aseguramiento de calidad con las normas ISO 9000:2000, presentando a la comunidad estos modelos e investigaciones a través de foros que ella misma organiza y que son: congresos nacionales de capacitación integral y de recursos humanos y reuniones interdisciplinarias en calidad, productividad y desarrollo en las organizaciones, eventos que tienen reconocimiento nacional e internacional.

Es así como se integra a un grupo de profesionales especializados en diferentes disciplinas, diseñando para ello una modalidad en servicios que permite ofrecer una atención personal e integral solucionando de una mejor manera las necesidades o problemas de las diferentes empresas.

Estrategia y Técnica Empresarial sé a desempeñado en la gestión de recursos humanos, por lo que a lo largo de estos años ha diseñado programas a empresas privadas y gubernamentales como:

- PETRÓLEOS MEXICANOS
- INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO
- SECRETARIA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL
- SECRETARIA DE HACIENDA
- COMISIÓN FEDERAL DE ELECTRICIDAD
- UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
- UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
- UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MÉXICO
- INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY (ITESM)
- INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
- THE AMERICAM BRITISH COWDRAY HOSPITAL
- AUTOBUSES DE ORIENTE ADO, S.A. DE C.V.
- ASEGURADORA MEXICANA, S.A.
- AURRERA, S.A DE C.V.
- SIEMENS, S.A. DE C.V.
- BANCO DE MÉXICO
- BANCOMER, S.A.
- BANAMEX, S.A.
- INDUSTRIA EMBOTELLADORA NACIONAL, S.A. DE C.V. (COCA-COLA)
- LABORATORIOS ROCHE-SYNTAX, S.A. DE C.V.

LA FILOSOFÍA DE ESTRATEGIA Y TÉCNICA EMPRESARIAL ES:

Ofrecer servicios integrales basados en la calidad, productividad y la competitividad.

1.2 LA ESTRUCTURA Y SERVICIOS DE ESTRATEGIA Y TÉCNICA EMPRESARIAL S.A.

Estrategia y Técnica Empresarial S.A. se encuentra fraccionada en siete divisiones, las cuales son:

1. *DIAGNÓSTICO Y CONSULTORÍA*

Estrategia y Técnica Empresarial pone a disposición de las empresas e instituciones de servicios para identificar y solucionar problemas que afectan su productividad y calidad:

- ◆ Diagnóstico de productividad, calidad, competitividad.
- ◆ Diseño e implementación de programas de mejoramiento de la productividad, calidad y competitividad.
- ◆ Diseño e implementación de programas de calidad, ISO 9000:2000 y reingeniería.
- ◆ Consultoría en procesos de manufactura.
- ◆ Control de calidad
- ◆ Recursos humanos
- ◆ Detección de necesidades de capacitación,
- ◆ Administración de la capacitación.
- ◆ Estudios socioeconómicos.

Los consultores son profesionales especializados en distintas áreas, con experiencia sólida y capacitados para proporcionar a la empresa servicios con un alto sentido de responsabilidad.

2. *ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS, SEMINARIOS Y EVENTOS DE CAPACITACIÓN.*

PLANEACIÓN

COORDINACIÓN

OPERACIÓN

HOSPEDAJE

TRANSPORTACIÓN

2.1. PLANEACIÓN

El plan debe convertirse en una estrategia específica y consistente, representada por acciones concretas. Planteando y detallando acciones dirigidas a cumplir objetivos específicos

En Estrategia y Técnica Empresarial se definen acciones a efectuar, anticipando los posibles problemas, priorizando soluciones, asignando recursos u responsabilidades, y detallando acciones dirigidas a cumplir objetivos específicos.

La planificación es fundamental para una buena coordinación entre todas las partes que intervienen en la realización de un evento y permite aumentar las posibilidades de tener resultados positivo.

Es importante estar convencido de la conveniencia y necesidad de desarrollar un proceso de trabajo debidamente planificado para tener una mayor capacidad de respuesta y realizar eventos con calidad.

2.2. COORDINACIÓN

En esta empresa se realiza con calidad la coordinación de un evento, ya que esta determinada, fundamentalmente, por la experiencia y capacidad de trabajo del grupo de coordinadores que intervienen y por la elaboración de un programa realista, que contemple todas las actividades necesarias para que sea exitoso.

Se tienen habilidades por parte del personal dentro del marco específico del ambiente del evento, teniendo tacto y diligencia profesional con los participantes, invitados y ponentes. Proporciona un ambiente positivo de trabajo para obtener la colaboración abierta de quienes estén involucrados en la coordinación y realización del evento.

Estrategia y Técnica Empresarial se encarga de conseguir la mejor sede, lograr una excelente asistencia de calidad y número de participantes, tener una campaña de difusión exitosa, tener actividades creativas. La principal función es involucrarse en los detalles de la administración y operación, antes, durante y después del evento.

El equipo de **ETESA**, se encargará de coordinar:

- ◆ Reservación y pre-registro en hoteles.
- ◆ Contratación de transportación terrestre
- ◆ Elección de menús
- ◆ Elaboración del programa operacional
- ◆ Conferencistas e instructores

2.3. OPERACIÓN

Estrategia y Técnica Empresarial brinda asistencia personalizada durante todo el evento, desde el inicio hasta el término del mismo.

Asistencia durante todo el evento para reservaciones terrestres y aéreas, reservaciones en restaurantes e información de actividades recreativas en general.

Supervisión de todos los servicios contratados, como conferencistas e instructores, transportación, habitaciones, alimentos, etcétera.

Se supervisa que las salas de juntas, sesiones y áreas donde se realizarán todos los eventos programados, se encuentren listas a la hora indicada, con el equipo necesario y requerido (rotafolios, retroproyectores, videos, etcétera).

2.4. HOSPEDAJE

Estrategia y Técnica Empresarial tiene la experiencia para proponer hoteles que reúnan los servicios y facilidades para cubrir las necesidades, tanto en habitaciones como en alimentos, bebidas y otros servicios

Para dar un óptimo servicio, Estrategia y Técnica Empresarial logra tener control en lo que respecta al hospedaje como:

- ◆ Pre-registro en el hotel
- ◆ Escritorio de hospitalidad durante el evento
- ◆ Coordinación de todas las actividades, dentro y fuera del hotel
- ◆ Revisión de habitaciones, previa a la llegada del grupo.
- ◆ Confirmación de conferencistas e instructores

2.5. TRANSPORTACIÓN

Transportación terrestre:

Estrategia y Técnica Empresarial se encargará de planificar el sistema de logística del transporte, teniendo en cuenta que las necesidades son diferentes en cada evento.

3. CURSOS ESPECIALES

Los cursos especiales que ofrece Estrategia y Técnica Empresarial, se realizan y diseñan a petición de las organizaciones, en donde todos los casos responden a las necesidades específicas del personal.

4. CURSOS GENERALES PARA TODOS LOS PUESTOS

Como empresa se sabe que las necesidades de las empresas son diferentes unas de otras, por lo que el repertorio de cursos que se tiene contempla desde niveles operativos hasta gerenciales, con temas relacionados de desarrollo humano, administrativo, calidad y productividad, recursos humanos, ventas, entre otros.

5. ASESORÍA Y GESTORÍA EN CAPACITACIÓN

- ◆ Organización de centros, unidades y departamentos de capacitación, adiestramiento y desarrollo de personal.
- ◆ Integración y registro de comisiones mixtas de capacitación y adiestramiento.
- ◆ Detección de necesidades de capacitación y adiestramiento.
- ◆ Elaboración, operación, evaluación y registro de planes y programas.
- ◆ Expedición y registro de constancias de habilidades laborales.

6. ADMINISTRACIÓN EN RECURSOS HUMANOS

Estrategia y Técnica Empresarial se emplean métodos adecuados para mejorar la calidad de los recursos humanos.

- ◆ Reclutamiento de Personal
- ◆ Selección de Personal
- ◆ Estudios Psicométricos
- ◆ Estudios Socioeconómicos
- ◆ Estudios de Clima Organizacional

7. ORGANIZACIÓN Y MÉTODOS ADMINISTRATIVOS EN RECURSOS HUMANOS

Estrategia y Técnica Empresarial dá apoyo a las empresas e instituciones en:

- ◆ Elaboración y actualización de manuales de organización y procedimientos.
- ◆ Evaluación de puestos y calificación de méritos.
- ◆ Elaboración y actualización de catálogos de puestos.
- ◆ Elaboración de manuales de inducción y revista interna.
- ◆ Evaluación del desempeño organizativo.

CATÁLOGO DE CURSOS POR ÁREA

DESARROLLO HUMANO			VENTAS
☆ Autoestima	☆ El líder y su equipo	☆ Planeación y control de la producción.	Sistema de comercialización en acción para el gerente de mercadotecnia y ventas
☆ Asertividad	☆ Administración por objetivos	☆ Ingeniería de métodos	Técnicas de la venta profesional de negociación en ventas
☆ Calidad de vida	☆ Desarrollo organizacional	☆ Calidad en el servicio	Actualización en ventas profesionales
☆ Relaciones humanas	☆ Administración para no administradores		Ventas de piso y mostrador
☆ Análisis de problemas y toma de decisiones	☆ Administración de presupuestos	RECURSOS HUMANOS	Atención y servicio al público
☆ Planeación de vida y carrera	☆ Administración de almacenes y control de inventarios.	☆ Formación de instructores	Asertividad para negociar
☆ Manejo del estrés	CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD	☆ Dinámica de grupos y juegos vivenciales	
☆ Trabajo en equipo	☆ Reingeniería	☆ Proceso práctico de la inducción, reclutamiento y selección de personal	☆ SECRETARIAL
☆ Liderazgo	☆ Mejoramiento para la calidad de los productos y servicios	☆ Selección y evaluación de personal	☆ Ortografía y redacción
☆ Formación y desarrollo ejecutivos	☆ Estrategias para implantar un modelo de calidad total	☆ Inducción al personal	☆ Imagen y personalidad
☆ Desarrollo profesional para personal operativo y de oficina	☆ Organización y operación de equipos de mejora	☆ Técnica de entrevista	☆ La secretaria ejecutiva
☆ Orientación vocacional	☆ Herramientas básicas para la solución participativa de problemas de calidad	☆ La entrevista acertada	☆ Actualización secretarial
ADMINISTRACIÓN	☆ Control estadístico del proceso	☆ Técnica Cleaver	☆ Taquígrafia (Taller de perfeccionamiento)
☆ Mapeo de procesos	☆ Aseguramiento de la calidad	☆ Prueba de colores Lüscher	☆ Mecanografía
☆ Diseño de procedimientos	☆ Justo a tiempo	☆ Pruebas aplicadas en la industria	☆ Técnicas de archivo.
☆ Administración general	☆ ISO 9000:2000	☆ Pruebas proyectivas de lápiz y papel	☆ Análisis de la conducta humana y liderazgo
☆ Planeación estratégica	☆ Administración de mejora continua y simplificación del trabajo	☆ Integración de baterías psicológicas	
☆ Planeación operativa	☆ Calidad total en procesos de producción.	☆ Evaluación del desempeño	
☆ Formación de supervisores	☆ Kanban y control visual de procesos	☆ Detección de necesidades de capacitación y adiestramiento de personal	
☆ Técnicas y habilidades para supervisores	☆ Calidad de los productos	Elaboración de planes y programas de capacitación	
☆ Integración de equipos de trabajo	Estrategias para el incremento de la productividad		

Además se desarrollan diplomados especializados de acuerdo a sus necesidades y objetivos organizacionales e institucionales.

1.3 DESCRIPCIÓN Y VALORACIÓN CRÍTICA DE LA ACTIVIDAD PROFESIONAL EN ETESA: LA CAPACITACIÓN DEL COMITE ORGANIZADOR DE EVENTOS.

Descripción y valoración crítica de la actividad

⇒ Diagnóstico del estado inicial de la tarea:

Al llegar a Estrategia y Técnica Empresarial (de este capítulo en adelante para referirme a la empresa también podrán aparecer las iniciales de ETESA), se me abrieron las puertas donde seguí mi formación profesional, dirigiendo y aplicando los conocimientos de pedagogía adquiridos a lo largo de la carrera y con base también a mi experiencia laboral en el área de la capacitación.

Se me delegaron actividades diversas, cada una a su debido tiempo; una de las primeras actividades consistió en coordinar eventos como cursos y talleres. Antes de seguir explicando en que consistía esta actividad dentro de ETESA, explicaré brevemente lo que fue la coordinación como experiencia personal desde el primer momento en que coordiné un evento.

La primera coordinación a la que fui invitada fue en 1995 en "AMPPIA" (Asociación Mexicana de Psicoterapia y Psicoanálisis Infantil). este evento tenía modalidad de congreso. Se realizaron dos juntas previas al evento para afinar detalles y asignar actividades. El grupo que me tocó tendría como consigna recibir a los participantes en la puerta del auditorio, repartir papelitos a los participantes para que al término de cada ponencia manifestaran sus comentarios o sus dudas. También al término de cada sesión se nos asignó el servicio de café. Otro acuerdo previo al evento fue el tipo de uniforme que se usaría, que si con mascada y de que forma y de que lado, si de falda azul o negra, el color de las medias de vestir y el tipo de zapatos. En las juntas previas al evento sólo se trataron los puntos anteriores y qué decir de lo que resultó durante y después del evento, una experiencia no muy satisfactoria, ya que no se contemplaron situaciones básicas dentro la coordinación teniendo como consecuencia comentarios negativos entre los participantes con respecto al evento considerándolo éste como aburrido y costoso.

Sucedió que los ponentes seleccionados para las conferencias interactuaban poco con los participantes. La técnica recurrida por única mayoría fue la lectura de las ponencias, provocando desánimo y antipatía entre los asistentes. El auditorio en donde se desarrolló el evento carecía de poca iluminación y ventilación. La participación de los asistentes se abocó sólo a ser receptiva y pasiva (aún cuando hubo la media hora de dudas, comentarios y sugerencias. No hubo acuerdos con respecto a la información general del evento y del programa de actividades, por lo que no se sabía a que hora sería el primer receso, la hora de comida o fin de la sesión; que ponencia continuaba y cuánto tiempo duraba, tiempos de comida. Entre otros detalles se observó fielmente la

desorganización, hasta en la sesión de café todos y nadie eran los responsables, las cafeteras eran insuficientes para la cantidad de gente que asistió, el café nunca estuvo a tiempo, los mismos participantes optaron por ayudar a servirse su café y abrir las cajas de galletas, etc. etc.

Faltó dar y asignar tiempos, rol de actividades por equipos o personales, prepararse con anticipación y llegar a acuerdos, saber todo lo referente antes, durante y después del evento, conocer todo tipo de información independientemente del área a cubrir, etc., en resumen les faltó capacitar. Esta experiencia como ya lo mencioné no fue tan agradable para ser la primera vez pero de ahí surgió mi inquietud por la buena coordinación, si es que se le puede decir "buena".

Pero afortunadamente no todas las experiencias fueron así, fui invitada nuevamente para coordinar ahora un evento de "INESPO" Instituto de Educación de Posgrado). Aquí la coordinación se dio con más profesionalismo y organización. Días antes del evento se realizó una reunión de cuatro horas para dar la información acerca de lo que se pretendía lograr en el evento, tiempos, sugerencias, información general indispensable para los participantes y un rol de actividades que indicaban los tiempos y lugar en dónde se desempeñaría cada quién; también se presentó el programa general del evento, el cuál siempre sería portado por cada una de nosotros durante el evento, para cualquier aclaración al asistente. Mi actividad consistió en estar dentro de las salas de las ponencias con buena imagen personal, atendiendo a los participantes y pasando las dudas y comentarios a los ponentes. Aún cuando se nos dio una plática acerca de los que consistiría el evento, considero muy importante que todo aquel que va a participar dentro de un evento debe ser capacitado dentro de sus funciones para ejecutar con más aciertos sus actividades y así disminuir las dificultades que se lleguen a presentar y lograr del evento un éxito integral. Así como también formar comités responsables por áreas y no querer hacer todo lo de la organización una sola persona.

Ambas experiencias iniciales fueron a su vez diferentes y parecidas. eran diferentes porque cada una abordaba temas totalmente contrarios, la primera acerca de los cambios emocionales del niño y el adolescente y la segunda acerca de Desarrollo Organizacional. En la primera era evidente una mala organización y planeación antes, durante y después del evento. En la segunda se notaba una buena coordinación antes, durante y después del evento.

Son parecidas con respecto a que a las edecanas se les identifica como coordinadores y no debe ser así ya que estos tienen actividades diferentes. Es muy importante no usar estos dos términos como sinónimos, la actividad de edecan (ver pag. 62 del manual) es un trabajo realizado dentro de la coordinación de las relaciones públicas.

El coordinador es más que sólo ser edecan en un evento, tiene más responsabilidades y requiere de conocimientos y experiencia (ver definición en pag. 14 del manual).

Regresando a la a la coordinación que realizaba en ETESA, antes de tener el cargo de coordinadora de congresos y convenciones, primero fui coordinadora de eventos de capacitación en cursos y talleres. Aquí fue donde conocí el gran mundo que hay detrás de cada evento, todo lo que se tiene que preparar antes, durante y después de los cursos. La coordinación de eventos de capacitación no es lo que muchos dicen o se imagina, "servir cafecito a los participantes", "realizar la lista de asistencia", esta actividad va mucho más allá que el de sólo reducirlo a términos tan simples como éstos. Me he dado cuenta a lo largo de estos años de trabajo y de contacto directo en este tipo de actividad que se necesita tener cierto perfil y conocimientos que serán aplicados desde la organización, planeación, logística, hasta tiempos, recursos didácticos, actividades de aprendizaje, materiales didácticos y de apoyo, capacidad de negociación, relaciones humanas, asertividad. Un coordinador debe contar con habilidades para improvisar profesionalmente y no sólo no realizar cualquier cosa para salir del paso. A esto yo le llamo formarse profesionalmente mediante la capacitación para desempeñar dicha función. Fue así como poco a poco fui adquiriendo experiencia ante este tipo de actividad.

Posteriormente otra actividad realizada profesionalmente, fue la instrucción de cursos. Se me pidió dar cursos relacionados con el área de relaciones humanas tales como Asertividad, autoestima, comunicación. Donde mi desempeño y calidad habrían de ser de primera.

Como primer momento al llegará a ETESA, me dieron a conocer las políticas, los servicios y la filosofía de la empresa, así como también las características (perfil) que se requerían para garantizar alto desempeño, Además de que esto fuera comprobado por los estudios profesionales de la carrera, habría que demostrarlo con la práctica.

Fue así que se me asignó llevar a cabo un curso con el tema de "asertividad", Yo organizaría el curso desde la planeación, desarrollo y evaluación del mismo. De alguna manera se vería involucrado y aplicado lo teórico y la experiencia haciendo ambas un juego profesional.

El curso de "asertividad" estaría dirigido para una población de estudiantes de 6° y 8° semestre de la carrera de sicología. Esto es un reto grande, ya que los estudiantes muestran muchas expectativas e interés por lo que van a aprender. Su nivel de conocimiento por la carrera ya es adelantado, por lo que ya conocen términos como emociones, trabajo en equipo, entre otros.

La preparación del curso fue con mucha anticipación, lo cual me dio el tiempo de investigar con respecto al tema, una vez seleccionada la información se realizó un manual para el participante, éste sería uno de los principales materiales de apoyo didácticos dentro del desarrollo del curso. Hay que tener mucho cuidado en la realización del manual ya que si se encuentra mucha información respecto al tema suele pasar que ponen todo la que se tiene. Por lo que de la información

obtenida hay que seleccionar aún la más valiosa (hablaremos más acerca de como elaborar un manual para el participante en el capítulo V). Se realizó también para fines del buen desarrollo del curso materiales de apoyo didáctico como: acetatos, láminas, audiocassetts previamente grabados con reflexiones, entre otros. así como también el requerimiento de: grabadora, retroproyector, pizarrón, materiales de papelería entre otros. Mediante la preparación inmediata y constante se logró realizar el curso sin dificultades y con gran éxito. Además del curso de asertividad posteriormente participé en otros cursos con temas de relaciones humanas, entre otros. Así también realicé diferentes manuales de apoyo didáctico, en esta ocasión la coordinación del curso estuvo a cargo de otra persona. Por lo que ya había trabajado antes en la coordinación de los cursos vi prudente y oportuno ponerme de acuerdo con mi coordinador con una semana antes al evento y así darle a conocer el programa de trabajo que se desarrollaría durante el curso. Algunos de estos acuerdos fueron: Organización de tiempos, actividades, equipo y material didáctico, que supiera en qué momento necesitaba que me apoyara más directamente, cuándo repartir el material al participante, apoyo en algún ejercicio que favoreciera la dinámica grupal. Así como el acuerdo de estar ambos antes de iniciar el curso, esto con la intención de organizarnos y tener en las mejores condiciones el aula para favorecer el aprendizaje, entre otras cosas.

Esta visión la tengo porque como ya lo mencioné fui coordinadora en este tipo de eventos y bien conocía las necesidades e imprevistos en este tipo de eventos.

A la par de esta actividad fui coordinadora de capacitación y tenía a mi cargo la organización y coordinación general de los congresos y convenciones que ETESA llevaba a cabo a nivel nacional. Esto implicaba una gran responsabilidad, así que además de la experiencia con la que contaba obtuve capacitación de mi jefe inmediato (director general de ETESA) con la finalidad de desempeñar dicha función con resultados positivos.

La coordinación de un evento no es fácil, ya que es necesario cubrir ciertas características para llevar acabo esta actividad sin dificultades Por eso creo fielmente en la necesidad de capacitar en esta area para obtener resultados satisfactorios antes, durante y después de cada evento.

Una vez con la responsabilidad y la capacitación acerca de la actividad que ahora desempeñaría, se acercaba la realización anual del "...congreso nacional de capacitación integral y de recursos humanos..". Por lo que había que darse a la tarea de reclutar personal para el apoyo en el evento.

Cabe destacar que no es fácil encontrar personas que cubran todas las expectativas de un coordinador de eventos de capacitación. Al comenzar a entrevistar las personas que solicitaban el trabajo se detectó que la mayoría de los solicitantes al puesto no contaban con los elementos primordiales para llevar a cabo dicha actividad. muchas veces este conocimiento se adquiere a través de la práctica y con base a las necesidades que van surgiendo; dentro de los

profesionales que pueden tener visón de la organización de un evento en parte por los conocimientos de su carrera y por otra parte por que son quienes más están en este campo son los administradores, relaciones turísticas, psicólogos y pedagogos (aunque muy pocos). Es frecuente encontrar profesionales con experiencia y conocimiento en la coordinación de eventos de capacitación, pero no así de congresos y convenciones, eventos que requieren de más conocimientos ya que tienen un tipo de planeación y desarrollo más. Los congresos los considero una capacitación, un aprendizaje extracurricular. por lo que hay que estar al pendiente de tener un mejor desarrollo del instructor, ponente, conferencista, etc. según sea el caso.

Al enlazar estas experiencias antes mencionadas: la pobre coordinación en congresos y convenciones, la realización de manuales para el participante como un apoyo didáctico y la necesidad de capacitar personal para este tipo de eventos, me dio como resultado una nueva necesidad. Elaborar un manual que apoyara la "formación de Coordinadores de eventos de capacitación, congresos y convenciones",

ETESA es una empresa que como ya se ha mencionado se dedica al desarrollo del factor humano con calidad y excelentes resultados por lo que es primordial que cuente a su vez con profesionistas altamente capacitados y experimentados en las áreas de los servicios que ofrece.

Por lo anterior surge la necesidad de capacitar al personal que va a ser parte del equipo de ETESA, lo que implica tener los conocimientos y las habilidades más precisas para el desarrollo de dicha actividad. Mediante esta capacitación se llevó a cabo la elaboración de un manual didáctico, que sirva de guía al organizador en todos los aspectos necesarios para planificar, organizar, ejecutar y evaluar un evento o exposición. Para que fuera más completo y auténtico el manual se consideraron las necesidades y pormenores para coordinar y ejecutar eventos y exposiciones de gran magnitud y alcance, donde se reúnen todas las variables y situaciones que se pueden presentar antes, durante y después de su realización.

La capacitación del comité organizador de eventos en ETESA.

La capacitación del personal que conforma el comité organizador es un factor estratégico para el éxito de un evento.

Para poder aspirar a tener una alta productividad y un desempeño eficiente que nos introduzca a la excelencia, debemos tener como principal preocupación atender las necesidades de capacitación y entrenamiento de personal.

La capacitación enfocada a la productividad debe orientarse a contrarrestar problemas de organización y operación. Sus resultados se deben apreciar en la

medida en que esos problemas no se presenten o se hayan superando rápidamente y en razón del costo-beneficio logrado en su aplicación.

Para que la capacitación tenga éxito, se debe determinar cuáles son las necesidades reales que demandan su utilización como recurso del mejoramiento organizacional.

La capacitación es necesaria para consolidar y potencializar la infraestructura del personal que conformen el grupo de organizadores. Además es uno de los medios más efectivos para generar, en el individuo, cambios de conducta en forma planificada y conforme a objetivos específicos. Permite incrementar conocimientos, desarrollar habilidades, modificar actitudes, ser más productivo y actualizar al personal.

La capacitación hace al comité organizador más capaz, más competente y responsable. Es una herramienta que mejora la comunicación y la participación del personal durante el evento, y que el coordinador general y los coordinadores de área deben proporcionar. Debe capacitarse con una planificación estricta.

Como parte de la capacitación, los ensayos a base de simulacros de las actividades más importantes del programa facilita al personal y a los organizadores cumplir mejor con sus responsabilidades.

CAPITULO II

2. LA CAPACITACIÓN , SUS PRINCIPIOS, VENTAJAS Y LIMITACIONES

2.1. ¿QUÉ ES LA CAPACITACIÓN?

Antes de entrar de lleno al trabajo, me parece conveniente mencionar que formación se trabajará como sinónimo de capacitación.

La capacitación y desarrollo de personal tiene por objeto específico atender necesidades que se deben satisfacer mejorando y desarrollando los conocimientos, habilidades y aptitudes que requieren las personas para llevar a cabo una tarea u oficio determinado². Es decir, la capacitación se refiere a las actividades sistematizadas encaminadas a proporcionar conocimientos, desarrollar actividades, mejorar actitudes de las personas integrantes de la organización. Ellos pueden ser de cualquier nivel (desde operativo hasta gerencial).

Al desarrollar planes de capacitación en las empresas se abarcan las siguientes tres áreas:

- * **Adiestramiento:** Se entiende como la habilidad o destreza adquirida, por regla general, en el trabajo preponderantemente físico. Es el desarrollo del área psicomotriz.
- * **Capacitación:** Su objetivo principal es proporcionar conocimientos. Es el desarrollo del área cognoscitiva.
- * **Desarrollo:** Significa el progreso integral del hombre y, abarca la adquisición de conocimientos, el fortalecimiento de la voluntad, la disciplina del carácter. Es el desarrollo del área afectiva.³

Aunque se refieran a campos diferentes, en el departamento de recursos humanos de las empresas se les llama programas de capacitación, por lo que en este trabajo llamaremos a las tres áreas, capacitación.

Gracias a la capacitación los individuos adquieren los conocimientos, habilidades y actitudes necesarios para elevar su nivel de vida así como, la productividad, aprendiendo a cumplir con los requisitos de su puesto de trabajo,

² ARMTRONG, Michael. Manual de técnicas gerenciales, cap. 6

³ . SILICEO, Alfonso. Capacitación y desarrollo de personal, cap. 1

sin embargo, dar capacitación no es equivalente solamente a dar cursos, no es un gasto sino una inversión, no funciona como receta o por decreto y no es ajeno a ninguno de los empleados o sindicalizados. El aprendizaje en capacitación ha cambiado de sólo aprender el contenido a involucrarse en su propio proceso de aprendizaje, es decir "aprender a aprender". Esto se relaciona con lo que el Lic. Paniagua ⁴ presentó en una conferencia magistral titulada "ISO 9000:94 y una cultura organizacional de cambio". En ella menciona que al aprenderse los cambios como tales, obtenemos como resultado poca creatividad al aplicarlos, nos "encerramos en ellos", por otro lado cuando aprendemos a cambiar o a aprender, obtenemos todos los cambios que queramos, sin límites.

2.2 DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

Para abordar el tema de este capítulo, es necesario hablar de los principales conceptos relacionados; por supuesto de la educación, educación de adultos, educación formal, informal y no formal, aprendizaje y enseñanza; por lo que se menciona a continuación.

2.2.1 EDUCACIÓN

Proviene de la etimología educare/educere, evoca la acción de alimentar y el paso de un estado de desarrollo a otro.

Induce la adaptación de los seres humanos a las reglas de la vida (personales, profesionales y cívicas) a las normas, los valores ya establecidos: a la condición humana, por lo que es una función social. ⁵

La educación se ajusta para finalidades de la colectividad. No se educa para el aislamiento sino para la sociedad. Los proyectos educativos están articulados a proyectos de sociedad. Siempre debe ser integral, pues la adquisición de una habilidad no es educación, tampoco el aprendizaje de algunas ideas. Educación es todo eso y mucho más: desarrollo de capacidades, comprensión de valores de la cultura, formación de actitudes y el deseo de superación individual. ⁶

La educación rebasa la escuela y a la universidad, a la familia y a las poblaciones infantiles y adolescentes; abriéndose a las perspectivas de la

⁴ PANIAGUA, León. "ISO 9000 y una cultura organizacional de cambio", *Memorias de la IV Reunión Interdisciplinaria en Calidad, Productividad y Desarrollo en las Organizaciones*, 1996

⁵ . ARDOINO, Jacques. "Educación", trabajo incluido en el libro *Formación de profesionales de la educación*, 2da. parte

⁶ ISAÍAS, Jesús. *Educación de adultos*, cap. 2

educación de adultos y de la educación permanente, abarca la enseñanza, las distintas formas de aprendizaje y de la formación inicial o continua.⁷

La capacitación está dentro del marco de la educación de adultos y de la educación permanente, entendiéndose esta última como la continuidad del proceso educativo a lo largo de la existencia del hombre. La capacitación se puede dar a través de cursos, eventos, congresos o convenciones.

La educación aspira al perfeccionamiento de las facultades del hombre, y a través de ellas, a perfeccionar a la persona, haciéndola más apta para su convivencia con el medio ambiente que la rodea y con la sociedad de la que forma parte.

A continuación se mencionan algunos principios pedagógicos de una educación actualizada:⁸

- Parten de la unidad de persona, ser individual y social.
- Impulsan la capacidad de investigación, que le permite conocer sus diferentes facultades en un esquema de aprendizaje continuo.
- Promueven una constante creatividad que permite la iniciativa, originalidad, fluidez y flexibilidad.
- En una palabra, desarrolla todas sus potencialidades.
- Educan para la conquista de una libertad existencial.

Los fines de la educación se pueden clasificar en sociales, individuales, institucionales y trascendentales.⁹

Dentro de la dimensión social se pueden considerar los siguientes:

- a) Prepara a las nuevas generaciones para recibir, conservar y enriquecer la herencia cultural del grupo.
- b) Prepara de igual forma, los procesos de subsistencia y organización de los grupos humanos, teniendo en vista nuevas exigencias sociales derivadas del crecimiento demográfico y de los nuevos conocimientos.
- c) Promover el desarrollo económico y social disminuyendo los privilegios, proporcionando los beneficios de la civilización al mayor número posible de individuos.

En el área individual los fines son:

⁷ ARDOINO, Jacques. *Op. cit.*

⁸ Vázquez M., Laura, "El perfil del instructor", Tesis UNAM, 2000.

⁹ *Ibidem*. Pag.40

-
- a) Proporcionar una adecuada atención a cada individuo, según sus posibilidades, de modo que se favorezca el pleno desenvolvimiento de su personalidad.
 - b) Involucrar al individuo en sentimientos de grupo, con el fin de inducirlo a cooperar con sus semejantes en empresas de bien común, sustituyendo la competencia por la colaboración.

Dentro de la dimensión institucional se encuentra:

- a) Instituciones formales educativas (universidades, preparatorias, etc).
- c) El desarrollo del individuo a través de adquirir habilidades intelectuales .
- d) El fomento ético mediante el conocimiento de sus derechos y deberes.
- e) El desarrollo de actitudes y habilidades que permita al individuo aprender permanentemente y con independencia, así como actuar con eficacia e iniciativa en las cuestiones prácticas de la vida.

En la dimensión trascendental, se puede considerar.

Orientar al individuo hacia la aprehensión del sentido estético y poético de las cosas, de los fenómenos, de los hombres, con el objeto de posibilitarles vivencias más profundas y desinteresadas.

Educación de adultos

La educación de adultos tiene un carácter de afirmación constante y de complemento. Se define como: "toda tentativa concreta y organizada, ya sea privada o pública, para proporcionar a los adultos las oportunidades de aprendizaje formal y/o no formal que contribuyan a su desarrollo personal, profesional y vocacional". En este sentido, la educación de los adultos designa la totalidad de los procesos organizados de la educación formal, gracias a los cuales las personas consideradas adultos, por la sociedad a que pertenecen, desarrollan sus aptitudes, enriquecen su conocimiento, mejoran sus competencias técnicas y profesionales y hacen evolucionar sus actitudes o su comportamiento en la doble perspectiva de un enriquecimiento integral del hombre y su participación en un desarrollo socioeconómico equilibrado.

De lo anterior se deduce que la tarea de la educación de adultos es dar acceso a éstos a la cultura en general y satisfacer la necesidad de fuerza de trabajo calificada.

Lo anterior se lleva a cabo a través de las siguientes formas que toma la andragogía o educación para adultos:

- El sistema escolarizado
- Enseñanza abierta
- Telesecundaria

-
- Acreditación institucionalizada de los autodidáctas
 - CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO

Para obtener resultados satisfactorios en el trabajo docente con los adultos, es importante tener claro que éstos tienen características y motivaciones peculiares, diferentes a los niños y jóvenes para aprender. El aprendizaje se da a cualquier edad, empleando los mecanismos naturales del ser humano normal, por el mero hecho de serlo, posee desde su nacimiento y pone en práctica a lo largo de su vida.

El adulto, ha crecido y se ha formado dentro de un medio determinado que le ha impuesto desde niño reglas y valores. Es un ser que ha adquirido sentido de responsabilidad. De ahí que sus motivaciones para el aprendizaje estén regidas por factores extraídos de su propia experiencia, de sus necesidades específicas y de sus intereses personales.

Para lograr buenos resultados cuando se capacita a personas adultas vale la pena tomar en consideración algunas características y que pueden influir en el éxito o fracaso de la instrucción.

Algunas de las características del participante adulto que se pueden considerar entre otras son (cabe destacar que no se generaliza a todos los adultos ya que al tratarse de personas es bien sabido que los grupos en su mayoría son heterogéneo en actitudes y pueden llegar a ser homogéneos en interés):

- † Cuenta con experiencia diversa
- † Desea aprender voluntaria y deliberadamente
- † Se involucra en su propio aprendizaje
- † Muestra resistencias psicológicas.
- † Tiene estructuras mentales ya formadas
- † Puede tener ideas rígidas
- † Muestra resistencia al cambio
- † Le desagrada todo aquello que tenga una referencia escolar
- † Tiende a proteger su prestigio e imagen
- † Teme al ridículo y a la crítica
- † Teme ser probado
- † Es precavido, conservador y poco espontáneo
- † Se resiste a las presiones autoritarias
- † Se mantiene a la expectativa
- † Tiene intereses propios
- † Crea sus expectativas personales
- † Tiene sus propios objetivos en el aprendizaje
- † Busca la aplicación práctica e inmediata de lo aprendido
- † Mantiene su actitud crítica
- † Sus grados y tipos de motivación son individuales
- † Muestra intereses y disciplina.

† Su aprendizaje es selectivo¹⁰

Los procesos educativos varían en cuanto a su temporalidad y forma de aplicación, por lo que existe la educación formal, educación no formal y la educación informal. Hablar de ellas es una manera de distinguir entre educaciones distintas; metodologías, agentes, instituciones o marco que en cada caso genera el proceso de educarse. La capacitación se ubica en la educación no formal, por lo que más adelante se profundizará más en ella, sin dejar de mencionar las otras dos.

Educación formal

Es la actividad educativa, estructurada y sistematizada que se imparte a través de instituciones que se rigen en el caso concreto de México, bajo los criterios establecidos por la Secretaría de Educación Pública, la función de esta institución es la de proporcionar al individuo un desarrollo integral de habilidades intelectuales, adquisición de conocimientos, formación ética y actitudes que permitan su desenvolvimiento en la sociedad. Los individuos sujetos a este tipo de educación, obtienen un grado de certificación reconocido en el país. Se desarrolla en la escuela, la cual constituye una forma colectiva y presencial de enseñanza y aprendizaje, tiene un espacio propio, tiempos prefijados de actuación (horarios), separación institucional de dos roles complementarios (maestro - alumno), la preselección y ordenación de contenidos, a través de planes de estudio, currícula y la descontextualización del aprendizaje (los contenidos se enseñan y aprenden fuera de los ámbitos naturales de su producción y aplicación).¹¹

En sí, este tipo de educación estimula las habilidades necesarias que permite al individuo aprender permanentemente y con independencia, así como actuar con eficacia e iniciativa en las cuestiones prácticas de la vida cotidiana.

Educación no formal

Al igual que la educación formal, la no-formal es intencional y cuenta con objetivos explícitos de aprendizaje; la diferencia es que se desarrolla fuera del sistema educativo escolar y se aparta de los procedimientos convencionalmente escolares, es decir, rompe con alguna o algunas determinaciones que caracterizan a la escuela. El principal criterio para diferenciar a estos tipos de educación es que la no formal queda al margen del organigrama del sistema educativo graduado y jerarquizado. Juame Trilla la define como:

“El conjunto de procesos, medios e instituciones específica y diferenciadamente diseñados en función de objetivos de formación o instrucción, que no están

¹⁰ RODRÍGUEZ, Mauro. *Formación de instructores*, cap. 2

¹¹ TRILLA, Juame. *La educación fuera de la escuela, ámbitos no formales y educación social*, cap. 1

directamente dirigidos a la provisión de grados propios del sistema educativo reglado”¹²

Con lo anterior se hace evidente que la capacitación forma parte de la educación no formal.

Características de la educación no formal

La educación no formal es muy amplia. Incluye desde la alfabetización de adultos, tareas complementarias a la escuela, expansión cultural, actividades para el tiempo libre, formación cívica, social y política; y por supuesto lo que interesa en este capítulo: la capacitación, adiestramiento y desarrollo de personal.

Las principales características son:¹³

A) Objetivos y finalidades. La educación no formal puede atender cualquier objetivo, ya sea cognoscitivo, afectivo o psicomotriz. Las finalidades son muy variadas: alfabetización, extensión cultural, educación cívica, formación y promoción profesional para personal en las empresas, etc.

B) Educandos. Casi nunca hay agrupamientos muy rígidos como en el sistema formal. No están exclusivamente dirigido a unos determinados sectores de la población en función de la edad, sexo, clase social, etc. Los grupos son variables. En muchas ocasiones, la entrada a programas no formales suele ser voluntario, lo cual implica una mayor motivación en las personas. Igualmente, pueden evaluar si el programa satisface o no sus expectativas y, en función de ello, seguirlo o abandonarlo cuando sea conveniente.

C) Educadores. Es variable la formación que requieren, dependiendo de que parte de la educación no formal se trabajará. En cuanto a la capacitación de personal se requieren profesionales con una formación pedagógica general y amplia. Los educadores, instructores o “facilitadores” de capacitación deben contar con las características siguientes:

- ⊕ Expresión verbal clara, precisa y sencilla
- ⊕ Capacidad de análisis y síntesis
- ⊕ Interés por su trabajo y por el grupo que conduce
- ⊕ Capacidad para despertar y conservar la atención grupal
- ⊕ Capacidad para establecer buenas relaciones interpersonales
- ⊕ Habilidad para integrar a los grupos y conducirlos al logro de los objetivos propuestos
- ⊕ Habilidad para manejar situaciones conflictivas
- ⊕ Capacidad de escuchar
- ⊕ Facilidad para manejar situaciones imprevistas

¹² TRILLA, Juame. Op. cit., pág. 30

¹³ TRILLA, Juame. Op. cit., cap. 1

-
- ⊖ Estimular la intervención de los participantes
 - ⊖ Puntualidad
 - ⊖ Manejar correctamente el equipo y el material audiovisual
 - ⊖ Conocer y manejar correctamente las técnicas de instrucción
 - ⊖ Constante actualización
 - ⊖ Dominio de la materia
 - ⊖ Capacidad de toma de decisiones ¹⁴

D) Contenidos. Son muy diversos y la selección de ellos depende de los objetivos que se quieran alcanzar.

E) Técnicas. Los contenidos, el contexto, los educandos y demás elementos que constituyen el proceso educativo, intervienen para determinar las técnicas a utilizar. En capacitación se utilizan las técnicas de enseñanza aprendizaje que son las facilitadoras para encauzar la energía del grupo hacia la consecución de los objetivos. Son prácticas para organizar y desarrollar la actividad del grupo como: el trabajo en equipo, los juegos vivenciales que dirigen la dinámica del grupo; son algunos ejemplos.

F) Ubicación. La capacitación se puede llevar a cabo en el mismo lugar de trabajo; pero no necesariamente en lugares fijos creados únicamente para tal función pedagógica, es posible incluso, utilizar aulas fuera de la organización como universidades y despachos. La capacitación también se puede dar en congresos, seminarios, foros, simposiums.

G) Tiempo. Existe mayor flexibilidad. Se pueden calendarizar cursos de acuerdo a la disposición de tiempo y es paralela sobre los aspectos de ubicación. El que planea la capacitación debe ser capaz de adaptar a las disponibilidades de los individuos a quienes van dirigido y a la organización, de tal manera que no interfiera con las actividades que se realizan.

H) Gestión. La supervisión de que se estén llevando a cabo las actividades de capacitación proviene de la institución o instituciones que la patrocinan. Las organizaciones gubernamentales juegan un papel fundamental para regular tal acción. En este caso la Secretaría del Trabajo y Previsión Social se encarga de vigilar el cumplimiento de la capacitación. En la Ley Federal del Trabajo existe un artículo específico llamado "De la capacitación y adiestramiento de los trabajadores", cuyo número es el 153 y tiene los objetivos siguientes: ¹⁵

Actualizar y perfeccionar los conocimientos y habilidades del trabajador en su actividad, así como proporcionarle información sobre la aplicación de nueva tecnología.

Preparar al trabajador para ocupar una vacante o puesto de nueva creación.

¹⁴ RODRÍGUEZ, Mauro. Op. cit.

¹⁵ LEY FEDERAL DEL TRABAJO

Prevenir riesgos de trabajo.
Incrementar la productividad.
Mejorar las aptitudes del trabajador.

- I) **Financiamiento y costos.** El financiamiento proviene de las organizaciones; en ellas ya se tienen presupuestos destinados a la capacitación; igualmente hay que realizar el cálculo del costo y el beneficio que se obtiene.
- J) **Evaluaciones.** Con relación a los contenidos y las técnicas de los programas no formales, los procedimientos para evaluar el rendimiento individual o colectivo, no son tan académicos. Se evalúa que tan bien se está realizando el trabajo para detectar necesidades de capacitación. Ya impartida la educación no formal, se evalúa la labor efectivamente realizada y no mediante exámenes convencionales.

Éstas son, a grandes rasgos, las características de la educación no formal. Sólo falta mencionar la educación informal.

Educación informal

Es el proceso educativo que acontece subordinadamente a otros procesos sociales, cuando aquél está relacionado a otras realidades culturales, cuando no surge como algo distinto en el curso general de la acción en que transcurre tal proceso. Carece de un lugar y horario específico.¹⁶

Por ejemplo, en la familia se da la educación al mismo tiempo que ejercen otras obligaciones, como dar de comer, llevarlos a la escuela, jugar con ellos. Lo que pasa es que no hay manera de separar cuándo se está haciendo lo uno o lo otro. En la familia no hay horarios y espacios fijos para la educación.

Algunos autores han definido a la educación informal como "asistemática y no intencionada"; sin embargo esto no es del todo cierto ya que; siguiendo con el ejemplo, los padres educan a sus hijos con intención y muchas veces se sigue un sistema (aunque no conscientemente).

2.2.2 APRENDIZAJE

Gange define este término como como "el cambio de conducta como resultado de la enseñanza, la práctica y la experiencia de la persona".

Desde el instante en que nacemos hasta el último momento de nuestra vida, estamos aprendiendo, aprender es el mecanismo más útil que la naturaleza nos ha dotado. Esta magnífica capacidad de los seres vivos nos permite

¹⁶ TRILLA, Juame. *Op. cit.*

adaptarnos a un medio donde sólo sobreviven los más aptos, sin ella, las posibilidades de supervivencia serían prácticamente nulas. El aprendizaje produce los cambios indispensables en la conducta, que permite al hombre satisfacer sus necesidades, evitar los rezagos, adaptarse al medio y progresar.

El hombre aprende por cuenta propia, extrayendo aprendizaje de las experiencias personales, la observación del comportamiento y fenómenos que brinda su entorno y del éxito o fracaso que le ofrecen sus propias respuestas de los estímulos del medio que le rodea (*aprendizaje espontáneo*); o bien, extrae aprendizaje de la enseñanza deliberada que se ofrece a lo largo de la vida (*aprendizaje dirigido*).

Decimos que “un sujeto ha aprendido cuando observamos que realiza actos que antes no ejecutaba; lo cual implica la incorporación de ciertos patrones de comportamiento al repertorio anterior del organismo”¹⁷.

Tres son los elementos que parecen encontrarse siempre presentes cuando realmente hay aprendizaje: **adquisición, cambio y práctica.**

El aprendizaje no es la práctica meramente mecánica o puramente racional de algo que se quiere; es un hecho que involucra a la persona integralmente. Aprender es un fenómeno afectivo-actitudinal, un suceso que modifica al sujeto y que involucra factores profundos de la personalidad tales como libre albedrío, voluntad, responsabilidad, compromiso, poder de decisión y deseo de superación.

Las características del aprendizaje son:

Adecuada: la conducta se manifiesta en forma correcta en las situaciones en las que la necesita.

Flexible: Cuando la conducta se adapta a varias situaciones.

Transferible: la conducta aprendida facilita nuevos aprendizajes.

Para que el aprendizaje sea eficiente se deben propiciar que la conducta aprendida se realice mediante estas características.

El aprendizaje de los adultos

La capacitación de los adultos funciona, no como una enseñanza académica, magisterial, intelectualista, sino como un aprendizaje vivencial, activo, participante y práctico. En rigor, nadie enseña a nadie. El punto focal no debe ser la enseñanza de un maestro, sino el aprendizaje de los miembros del grupo.

¹⁷ RAMÍREZ, Gutiérrez Aurelio. "Formación de Instructores" Manual de México, 1998.

No se viene a aprender una cantidad "X" de conocimientos, sino también, sobre todo, actitudes, habilidades y conductas. El aprendizaje se traduce en desarrollo de habilidades y destrezas y en cambios de actitudes y conductas.

Hay que crear una comunidad de aprendizaje entre los participantes; propiciar la dinámica de dar y recibir; vivir los procesos de experimentar, compartir, interpretar, generalizar y aplicar. en el grupo de cada uno será factor de cambio para los compañeros.

El conductor del aprendizaje no es un profesor, sino un facilitador, un animador, un coordinador. No es una figura de autoridad; no es "el que sabe", sino un colega que asiste y ayuda en una búsqueda común.

2.2.3. ENSEÑANZA

Cada época según sus necesidades, forma hombres con características diferentes. La enseñanza en cada periodo debe responder a las necesidades de su tiempo, y por ende, renovar sus estilos didácticos.

El mundo actual lleno de transformaciones sociales aceleradas, saturado de información y sometido a cambios tecnológicos y científicos continuos, está obligado a formar hombres que sepan enfrentarse a un campo laboral altamente competitivo, donde por selección sólo triunfan los más aptos.

La enseñanza debe enfrentar estos retos formando hombres cada vez más eficientes, conscientes y responsables, seguros de sí, dueños de un espíritu crítico y positivos de un criterio objetivo.

Es un proceso activo, intencional y planeado cuyo objetivo es dirigir y orientar el aprendizaje a metas determinadas. Hoy en día, la enseñanza enfrenta el reto de formar hombres más eficientes, conscientes y responsables; para ello la didáctica moderna tiene tendencias opuestas a épocas anteriores; entre los principios de la enseñanza más significativos están los siguientes:

- El aula es un taller de autodescubrimiento.
- El docente es sólo un orientador, un facilitador del aprendizaje.
- Los contenidos de la enseñanza deben estar orientados a desarrollar integralmente al individuo.
- La metodología debe basarse en técnicas que propicien y faciliten el aprendizaje perdurable.¹⁸

La enseñanza es un factor que determina el aprendizaje, se puede explicar como un conjunto de momentos y técnicas lógicamente coordinados para dirigir el

¹⁸ IMIDEO, Nériel. Hacia una didáctica general dinámica, cap. 1

aprendizaje del participante hacia determinados objetivos. La enseñanza no tiene sentido si no es dirigida para que alguien la aprenda. De la misma manera, el aprendizaje no se lleva a cabo si no existe un agente que enseñe y además genere una interacción entre dos procesos.

Enseñanza-Aprendizaje.- Sabiendo el significado de las dos sucesiones anteriores, podemos entonces determinar al proceso de enseñanza-aprendizaje como "una serie consecutiva de fases intencionadas y sistematizadas en las que el instructor y participante, interactúan para lograr el aprendizaje de un determinado contenido (Manual del instructor ICF, 1991).

2.2.4 EL PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

El aprendizaje se define como un proceso mediante el cual el sujeto adquiere destrezas o habilidades prácticas, incorpora contenidos informativos o adopta nuevas estrategias de conocimiento y/o acción.

a. Un sujeto.

Las características del sujeto que inciden en este proceso son capacidad intelectual, nivel de motivación, modos de percibir y estructurar la información, condicionamiento sociocultural y personalidad.

b. Un referente.

Es la información sobre la cual opera el sujeto.

Modo de interacción.

Las posibilidades de interactuar del sujeto con el referente, son realizadas a través de tres áreas relacionadas entre sí que son:

- ✧ La cognitiva (conducta referente a la actividad intelectual, conocimientos).
- ✧ La afectiva (conductas referentes a las actividades).
- ✧ La psicomotriz (conductas referentes al esfuerzo físico).

d. Un producto final.

Se considera que un individuo ha tenido aprendizaje cuando experimenta un cambio de conducta. Estos cambios pueden ser: conocimientos, actitudes o destrezas físicas.

ELEMENTOS DEL PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Entendiendo que al proceso enseñanza -aprendizaje, dentro del proceso de un curso, se le denota como la relación existente entre el instructor (maestro) y los participantes (alumnos), en donde el primero tienen la función de enseñar, de proporcionar y promover conocimientos, habilidades y actitudes que faciliten el aprendizaje y el cambio de conducta en los segundos, los cuales tienen la función de desarrollar sus capacidades, con el fin de crecer personalmente y mejorar su calidad profesional.. Pero no sólo el instructor o los participantes son elementos claves dentro del proceso, sino que existen otros elementos que también participan en el proceso de enseñanza-aprendizaje y son parte fundamentales, estos se mencionan a continuación:

1. Contenidos
2. Participante
3. Instructor
4. Objetivos de aprendizaje
5. El método de aprendizaje
6. Técnicas, actividades y materiales didácticos
7. Evaluación

1. Contenidos

Los contenidos son los que le dan sentido a la reunión del instructor y los participantes, ya que se refiere a lo que se va a enseñar y aprender, lo que se va a hablar o a tratar en el curso. Por eso se dice que el punto de relación entre el instructor y los participantes, es el contenido, sin contenido no hay proceso de enseñanza-aprendizaje.

Los contenidos juegan un papel fundamental, ya que si no hay un dominio de ellos por parte del instructor, será imposible programar el proceso de instrucción. A partir del manejo de los contenidos se seleccionan los temas más importantes de tratar y entonces se puede organizar el curso, tomando en cuenta precisamente los temas,, las ideas básicas y complementarias de estos, los objetivos, actividades de aprendizaje y la evaluación.

2. Participante

También juega un papel fundamental dentro del proceso, dado que si ellos no existen, no hay razón para enseñar o instruir. Es condición esencial, el conocer de la manera más amplia a los participantes, tomando como puntos de referencia su actividad en el trabajo, el tipo de formación recibida, educación, experiencia previa, sus expectativas y necesidades con relación al trabajo.

El participante es precisamente la persona que se está formando en una área determinada y que cuenta con las estructuras lógicas, conocimientos y

experiencias mínimas para operar nuevos contenidos. Se tiene que partir de las actividades e intereses de éstos, por lo que esto debe ser apoyado sistemáticamente por el instructor. Es importante considerar que el proceso de instrucción debe ser significativo y formativo a la vez, ubicado en la realidad y necesidades de los participantes. Ya que los participantes le dan sentido a la instrucción, para que aprendan mejor, el proceso de enseñanza aprendizaje deberá ser planeado a partir de sus necesidades e intereses, además de tomar en cuenta la función futura que se brindará un desarrollo integral, humana y efectivo. Su tiempo es importante y de ninguna manera se puede desperdiciar.

De la misma manera hay diferentes tipos de participantes, antes los cuales el instructor deberá actuar de diferentes formas de acuerdo a la personalidad de cada uno.

3. Instructor

Es uno de los elementos principales que intervienen en el proceso de aprendizaje. El instructor es el encargado de propiciar, encauzar y dirigir el aprendizaje de los participantes, tomando parte activa en el desarrollo de las sesiones.

El instructor conduce la instrucción con base a lo establecido en su planeación de contenidos, utilizando los métodos y las actividades que se requieren para el desarrollo y el aprendizaje del participante, por tanto se necesita que el instructor sea responsable, crítico y objetivo. Así mismo debe integrarse al grupo buscando identificarse con los participantes.

El instructor es quien diseña el curso, lo planea, dirige y controla, con el fin de facilitar el aprendizaje en los participantes; establece además el nivel de complejidad y tipo de comportamiento a lograr.

4. Los objetivos de aprendizaje

Los objetivos son el punto de referencia a partir de los cuales se determinará que aprenderán los participantes. Los objetivos didácticos cumplen la función de enunciar los puntos de llegada, para el participante, en tanto que intentan desaparecer la diferencia entre el nivel de conocimientos establecidos didácticamente (lo que se va a enseñar en el curso). Por medio de dichos objetivos se establece el nivel de amplitud y complejidad en que habrá de manejarse el contenido.

Cada disciplina científica, cada tema, profesión o actividad tienen su propia lógica interna. La labor del instructor consiste en adecuar esta estructura conceptual lógica a las exigencias curriculares expresadas en los objetivos, así como a las necesidades y condiciones del participante. No hay proceso de enseñanza aprendizaje sin continuidad; para que le dé esa continuidad, haya que partir de objetivos, los cuales serán directrices del proceso, puntos de comparación para el logro del aprendizaje. Sin objetivos es imposible precisar el

nivel de complejidad que los participantes deben alcanzar y los procedimientos de evaluación.

5.El Método de aprendizaje

La metodología es el estudio formal de los procedimientos utilizados en la adquisición o exposición del conocimiento científico. Es la parte de la lógica que aplica los procedimientos utilizados en el estudio del pensamiento en general a la esfera del pensamiento científico. Por medio del método heurístico se obtienen los conocimientos y se transmiten por método didáctico. La metodología utilizada en un curso es estructural formal, es la metodología científica. El método es el inductivo-deductivo (hipotético-deductivo), o sea que parte de la individualidad, de lo concreto para llegar a una generalización.

La metodología dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje implica el conocimiento y el procedimiento científico que se piensa seguir para obtener resultados adecuados. Implica no solo transmitir información, sino conocer al participante, como ya se había mencionado anteriormente, manejar el contenido e ingeniar la forma más adecuada (método) para que los participantes puedan aprender.

Las estrategias constituyen el conjunto de acciones integradas que el instructor hace entrar en juego. Dichas acciones son planteadas de antemano y su finalidad es el facilitar el aprendizaje, estableciendo con especificidad el nivel de complejidad y tipo de comportamiento que la persona tiene que cubrir.

El factor alimentador de las estrategias o procedimientos docentes son los objetivos, los propósitos. Estos dirigen las acciones en su totalidad; de este modo habrá de existir coherencia entre los propósitos y objetivos curriculares, los contenidos y la metodología docente.

La planeación de la instrucción se vuelve significativa y operativa cuando se conoce al participante con más precisión. La planeación sistemática o metodología del curso es fundamental para el logro del proceso de enseñanza-aprendizaje. No se puede enseñar lo primero que se ocurra o el temario de un curso, se señala lo que es necesario que el participante domine y le sirva en su desarrollo personal y laboral.

6.Actividades de aprendizaje

Las actividades de aprendizaje forman parte de la metodología, son experiencias estructuradas de aprendizaje, se refieren a la interacción entre el participante y las condiciones externas del medio ambiente ante las que pueden reaccionar. Para que sedé el aprendizaje, es necesario una participación activa de las personas. Lo que hace el participante es lo que aprende no lo que hace el instructor.

Al planear un programa de enseñanza para obtener ciertos objetivos, hay que decidir que experiencias educativas se quieren proporcionar, ya que a través de

estas es como se va a lograr el aprendizaje y alcanzar así los objetivos. Aunque el participante lleve un papel activo y de iniciativa dentro del proceso, el instructor por su lado debe planear y controlar las experiencias, manejando las influencias del medio ambiente, de tal manera que se establezcan situaciones estimulantes que inciten el tipo de comportamiento deseado. existen otros elementos que deben ser tomados en cuenta dentro del método y por su influencia en los resultados del aprendizaje son básicos, entre estos están:

Los Recursos Didácticos: Es necesario considerar los materiales didácticos que se utilizan en el curso, desde el momento de la planeación del mismo para que a la hora de impartirlo no falte ninguno y que esto no sea un obstáculo a lo largo del aprendizaje, ya sea la computadora para multimedia, el retroproyector, rotafolio, la videgrabadora, el proyector, el franelógrafo, etc.

El Tiempo y el Espacio: El tiempo es esencial en la planeación y metodología del curso, sino se toma en cuenta, lo más seguro es que la instrucción fracase. el tiempo esta en estrecha relación con la importancia del tema, el nivel de profundidad de dicho tema y las actividades que se tienen que realizar para desarrollar, evaluar y lograr el aprendizaje. Por medio del tiempo se logra un punto estructurante básico en el plan de acción de la instrucción. Es el que guiará al instructor, le dirá si falta poco para que se termine el curso y aún no ha visto los temas contemplados.

El tiempo y el espacio deben ser constantes en un curso, esto es, que si se indicó el horario y los días de trabajo, se deben respetar (no se trata de empezar después de la hora indicada y terminar más tarde). Si se respeta el horario, esto da seriedad al curso y profesionalismo a la labor del instructor, además de que se respeta a los participantes y se les ubica o dan límites de operatividad.

En el mismo sentido, el espacio o lugar también debe ser siempre el mismo, ya que esto encuadra o da límites al participante y así no se sabotea el proceso de enseñanza-aprendizaje. Generalmente cuando un curso se suspende o se cambia de salón, los participantes se desubican y para adaptarse a la nueva situación o recordar lo antes visto se pierde gran cantidad de tiempo y se presta a confusiones.

7. La evaluación

La evaluación es otro de los elementos fundamentales del proceso de enseñanza aprendizaje y su función es comprobar si los participantes alcanzaron los objetivos propuestos. Por medio de ella se medirán los resultados de aprendizaje en correspondencia, con los propósitos especificados al inicio del proceso. La evaluación no únicamente es calificar y medir el rendimiento de los participantes sobre los productos finales (pues a eso se le llama medición).

La evaluación real de la evaluación es retroalimentar a la persona, a fin de que esta sepa sus fallas, las causas y como las puede corregir.

2.3 EL GRUPO EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

La eficacia del aprendizaje del grupo dependerá del instructor en la medida que logre correponsabilizar a los participantes en el logro de los objetivos del programa de capacitación. el grupo es una forma de organización social. a través del desarrollo histórico, el hombre se ha reunido en grupos buscando satisfacer sus necesidades, así se conforman el clan, la tribu, el gremio, la familia y la comunidad.

Ahora bien, partiendo del hecho de que el hombre ha trabajado en conjunto durante la mayor parte de su vida es importante conocer que es un grupo.

Ahora bien, partiendo del hecho de que el hombre ha trabajado en conjunto durante la mayor parte de su vida es importante conocer que es un grupo, los tipos de grupos y cual es la acción de estos.

Para ello, es necesario partir de lo que es un grupo; por lo que dentro del uso común, el concepto es altamente comprensivo y se utiliza para designar conjuntos muy dispares en sus características. El grupo puede ser considerado como un conjunto de personas que reúne ciertos requisitos: "Un grupo consiste en dos o más personas que comparten normas en respecto a ciertas cosas y cuyos roles sociales están estrechamente intervinclados" (Newwcomb. th. 1964).

Dentro del campo de la Dinámica de Grupo equivalente para algunos a "análisis de los grupos pequeños" (Olmsted 1963); el grupo es considerado como un criterio mucho más restringido, que involucra ante todo un número reducido de miembros que interactúan "cara a cara" y forman lo que se conoce como grupo primario.

Grupo primario es aquel en el cual todos los miembros interaccionan directamente, cara a cara, son concientes de la existencia del grupo y de su pertenencia a él, y de la pertenencia de los miembros.

Los miembros se hallan ligados por los "lazos emocionales cálidos, íntimos y personales", poseen una solidaridad inconsciente basada más en los sentimientos que en el cálculo". el grupo secundario, en cambio, mantiene las relaciones frías, impersonales, mas formales. El grupo en este caso no es un fin en sí mismo, sino un medio para lograr otros fines. Las relaciones se establecen más bien a través de comunicaciones indirectas; tal es el caso de empresas, instituciones, clubes, barrios, pueblos o ciudades. Sin embargo, el hecho de que un grupo sea pequeño no significa siempre que sea un grupo primario.

Concordando con la definición tan conocida de Bales (1970), un grupo pequeño es "un conjunto de personas en interacción en situación frente a frente,

en la cual cada miembro percibe a cada uno de los otros como personas individuales" *

Las características del grupo son las siguientes:

1. Una asociación definible; una colección de dos o más personas identificables por nombre o tipo.
2. Conciencia de grupo; los miembros se consideran como grupo, tiene una "percepción colectiva de unidad", una identificación consiente de unos con otros.
3. Un sentido de participación en los mismos propósitos, los miembros tienen el mismo "objeto modelo" metas e ideales.
4. Dependencia recíproca en la satisfacción de necesidades; los miembros necesitan ayudarse mutuamente para lograr los propósitos para cuyo cumplimiento se reunieron en grupo.
5. Acción recíproca; los miembros se comunican con otros.
6. Habilidades para actuar en forma unitaria; el grupo puede comportarse como un organismo unitario.

✧ **Etapas de los logros de trabajo**

Por lo regular en los congresos o eventos de capacitación se forman grupos con personas que no se conocen entre sí, o sólo se conocen una parte pequeña; quienes organizan y coordinan los grupos en este tipo de eventos deberá identificar las diferentes etapas que vive un grupo de trabajo, a fin de que actúe como facilitador del aprendizaje, pueda actuar oportunamente cuando se presenten cada una de ellas.

✧ **Etapa de sensibilización**

La primera reunión para la formación de un grupo siempre está llena de desconcierto, sucede a menudo que las personas no se conocen entre sí, no se sabe como van a trabajar.

Algunos adultos se muestran reservados, otros intentar platicar con algunos de sus nuevos compañeros, etc. En general cada miembro estudia al otro y va fijando límites de su posible pertenencia al grupo. En esta etapa es importante fomentar el

conocimiento mutuo, y también que se exponga lo que se espera del curso o programa.

✧ **Etapas de integración**

Toda persona que pertenece a un grupo, espera de sus compañeros un comportamiento que responda a una serie de necesidades interiores que permitan que el participante se sienta integrado.

Existen algunos elementos psicológicos que deben ser considerados en el trabajo con grupos de adultos son:

necesidad de aceptación.- el que una persona se sienta aceptado por todos, favorece la conciencia grupal.

necesidad de seguridad.- cada participante tiene necesidad de sentir que puede aportar algo en función de las metas de grupo.

En ocasiones el no estar satisfecho puede dar origen al alejamiento de una persona o a la conducta opuesta, que consiste en querer destacar sobre los demás. Aquí es importante que el grupo no presione a sus miembros más allá de sus propias posibilidades.

necesidad de participación.- uno de los elementos que más ayudan a la integración de los grupos, es el hecho de que cada individuo participe y comparta su información y experiencia en función de sus posibilidades y en un clima de confianza.

✧ **Etapas de desarrollo**

En esta etapa cada individuo busca su posición en el grupo. En cada grupo se da una diferenciación en cuanto al rol o función de cada persona. Tal situación se da de manera natural con relación a las habilidades, experiencias anteriores, modos de ser y capacidad individual. Los elementos que ayudan al desarrollo y maduración del grupo son:

- * Fomentar la participación de todos los miembros.
- * La división del trabajo con base en la conciencia personal de las propias capacidades, y las sugerencias del grupo sobre las funciones que cada cual puede desempeñar mejor.
- * La experiencia y conocimiento de la realidad sobre lo que se trabaja.

✧ **Etapas de Consolidación**

Aquí es donde el grupo adquiere firmeza y solidez. Se manifiesta un aumento en el interés de las personas, a través de la participación de todos en las discusiones, toma de decisiones y acciones encaminadas hacia la resolución de problemas en función de sus responsabilidades reales.

☆ Etapas de Desintegración

La terminación de la relación grupal varía de acuerdo a la naturaleza, temática y sobre todo la duración del programa. En algunas ocasiones, los participantes seguirán colaborando juntos, en otras volverán cada uno a sus respectivas unidades de trabajo. Con esto se termina con la mayor parte de las relaciones del grupo. Por lo que es conveniente que el instructor, provea algún tipo de actividad donde las personas canalicen adecuadamente sus emociones.

Principios Básicos de la Acción de Grupo.

Jack R. Gibb, psicólogo norteamericano sistematizado del grupo participativo, ha elaborado algunos principios básicos que pueden servir de guía y orientación para el aprendizaje del trabajo de grupo y la más adecuada aplicación de sus técnicas; dichos principios son los siguientes:

1. Ambiente

El grupo debe actuar dentro de un ambiente físico favorable, cómodo, propicio para el tipo de actividad que ha de desarrollarse. El ambiente físico incluye sobre la "atmósfera" del grupo, y por lo tanto debe ser dispuesto de manera que contribuya a la participación, la espontaneidad y la cooperación de todos los miembros. El aula no debe ser demasiado grande, pero tampoco demasiado pequeño; se cuidará que haya mesas, asientos, útiles para todos. Los miembros deben verse cómodamente para intercambiar ideas cara a cara.

2. Reducción de la intimidación

Las relaciones interpersonales deben ser amables, cordiales, francas, de aprecio y colaboración. El actuar en un grupo pudo producir sentimientos de temor, inhibición, hostilidad, timidez, que se engloban en el concepto de intimidación. La reducción de las tensiones favorece el trabajo y la producción del grupo. Los miembros deben conocerse lo mejor posible, ser tolerantes y comprensivos. Cuando se está cómodo y tranquilo, a gusto con los demás, la tarea resulta más provechosa y gratificadora, y el sólo hecho de estar juntos es valioso. Una de las finalidades del grupo es, lograr las buenas relaciones interpersonales.

3. Liderazgo distribuido

Todo grupo requiere de una conducción (liderazgo) que facilite la tarea y fortalezca el logro de sus objetivos, pero esa conducción ha de ser distribuida en todo el grupo con el fin de que todos los miembros tengan oportunidad de desarrollar las

correspondientes capacidades. Por otra parte el liderazgo distribuido favorece la acción y la capacidad del grupo.

4. Formulación del objetivo

Debe establecerse y definirse con la mayor claridad de los objetivos de grupo. Pero esto debe hacerse con la participación directa de todos los miembros. pues de tal modo se incrementa la conciencia colectiva, el sentido "nosotros" indispensable para el buen funcionamiento del grupo.

Cuando los objetivos no son determinados "desde afuera", sino que responden a las necesidades de todos los miembros y estos han participado en su colaboración, el grupo se siente más unido y trabaja con mayor interés en el logro de los miembros.

5. Flexibilidad

Los objetivos establecidos deben ser cumplidos de acuerdo con los métodos y procedimientos que se hayan elegido. Pero si nuevas circunstancias y necesidades aconsejan una modificación de los mismos, debe existir en el grupo una actitud de flexibilidad que facilite la adaptación constante de los nuevos requerimientos. Debe evitarse la rigidez de reglamentaciones o normas pues éstas sólo sirven cuando favorecen la tarea del grupo y pierden su valor cuando entorpecen.

6. Consenso

El grupo debe establecer un tipo de comunicación libre y espontánea, que evite los antagonismos, la polarización, los "bandos"; y que haga posible, en cambio, llegar a decisiones o resoluciones mediante el acuerdo mutuo entre los miembros. el consenso se favorece con un buen "clima de grupo", cordiales relaciones interpersonales, espíritu de cooperación y tolerancia; porque las barreras para una buena comunicación son siempre de tipo emocional e interpersonal.

7. Comprensión del proceso

el grupo debe aprender a distinguir entre el contenido de su actividad y la actividad en sí misma, "lo que se dice" y la forma "como se dice". El desarrollo de la actividad en sí misma, la forma en como se actúa, las actitudes y reacciones de los miembros, los tipos de interacción y de participación, constituye el proceso del grupo. En el transcurso de la tareas: roles que desempeñan los miembros, reacciones, tensiones, inhibiciones, ansiedad, manera de enfocar los problemas, resolución de conflictos, etc.

La comprensión del proceso favorece una participación efectiva y oportuna, facilita el logro de objetivos y permite ayudar a los miembros que en un momento dado lo necesiten.

8. Evaluación continua

El grupo necesita saber en todo momento si los objetivos y actividades responden a las conveniencias e intereses de los miembros.

Para ello se requiere una evaluación o examen continuo que indague hasta qué punto el grupo se halla satisfecho si las tareas han sido cumplidas.

Esto permite introducir cambios de acuerdo con el principio de flexibilidad antes expuesto. el propio grupo elegirá las técnicas que considere más apropiadas para realizar esta evaluación.

Téngase en cuenta que estos principios de flexibilidad antes expuesto. El propio grupo elegirá las técnicas más apropiadas para realizar su evaluación.

Téngase en cuenta que estos principios no pueden ser aplicados rigurosamente desde el primer día de la reunión. Ello significa en cierto modo una de las metas del grupo: realizar una acción positiva dentro del sistema más adecuado. La maduración del grupo se irá logrando progresivamente a medida que estos principios alcancen su más plena vigencia. Recuérdese que, como dice Giba, "Los miembros de un grupo no nacen, se hacen.

La Dinámica de Grupos en el Proceso de Enseñanza-Aprendizaje

La dinámica de un grupo es una rama del conocimiento dedicada a estudiar la naturaleza de la vida en grupos y las fuerzas psicológicas y sociales asociadas a ellas. Analizar la dinámica de un grupo implica conocer los aspectos dinámicos de los grupos, tales como: el cambio y la resistencia a éste, las presiones sociales, la influencia, la cohesión, el poder, la atracción, el rechazo, la interdependencia y la inestabilidad.

El término dinámica se refiere, entonces, a la **interacción** de los sujetos que forman un grupo y a la influencia que el grupo recibe factores externos. En esta interacción entra en juego las llamadas fuerzas que integran la dinámica: es decir, las características psicológicas y culturales (positivas y negativas) que presenta cada individuo. Por lo tanto podemos definir a la dinámica de grupos como "la interacción de fuerzas psicológicas y sociales que intervienen en la estructura y comportamiento de los grupos". ahora bien, la didáctica tradicional establece al grupo como un objeto de aprendizaje, donde este cumple un papel de receptor pasivo. A esta concepción no se escapa la capacitación, en la que usualmente se reproducen los esquemas del sistema escolarizado.

En el terreno pedagógico ha surgido una nueva tendencia sustentada básicamente por Kurt Lewin, Carl Rogers, Rafael Santoyo, Enrique Pichón Riviere; quienes postulan las bases de una nueva didáctica mediante el desarrollo del grupo como fuente y sujeto de aprendizaje.

Este nuevo enfoque de la capacitación contempla como objetivo la facilitación del aprendizaje, ya sea dirigido a la adquisición y/o incremento de habilidades, conocimientos o a la modificación de conductas. Por ello es necesario, por un lado, que el grupo de capacitación active la riqueza y

experiencia de cada uno de sus integrantes; y por otro que se replantee el papel del instructor.

Al retomar los postulados de Carl Rogers, el instructor será un facilitador de aprendizaje; cuyas cualidades más importantes, siguiendo esta propuesta son:

Autenticidad: El facilitador es el mismo; estableciendo así, una relación de persona a persona con los integrantes del grupo.

Aprecio, aceptación y confianza: del otro como persona independiente; en las potencialidades del ser humano.

Comprensión empática: Comprender "desde adentro" las reacciones de los demás. Ser un facilitador de aprendizaje implica romper con el papel tradicional del maestro para asumirse como otro miembro más dentro del grupo. Su papel será coordinar el proceso de aprendizaje para que a través de la interacción con los integrantes aprendan a aprender, a adaptarse y a cambiar.

El cambio es un elemento importante dentro del aprendizaje grupal, pues sólo cuando se aprende a evolucionar puede tenerse una actitud más abierta y positiva. Para lograr una modificación en la conducta es necesario retomar la experiencia del individuo. Cambiar significa aprender y ponerse en contacto con la vivencia personal; a darse cuenta de la experiencia propia en la que la persona aprende a verse a sí misma, escuchar lo que los demás expresan y a asumir responsabilidades en cada uno de sus actos.

Sin embargo, en este proceso siempre existirá resistencia al cambio, que se manifiesta de manera individual debido a ideas estereotipadas, miedos, ideologías, costumbres y valores; las cuales repercuten en el grupo produciendo mala comunicación, falta de integración, formación de subgrupos, antagonismos, competencia, lucha por el poder e incapacidad para tomar decisiones en grupo, entre otro.

Mecanismos de Aprendizaje Grupal

La interacción entre los miembros de un grupo, dependerá de la conducta de cada uno de estos integrantes y de las relaciones que estos establezcan entre sí, además de que existen otros factores que determinan la naturaleza del grupo.

Atracción

Cuando un grupo comparte valores, creencias e intereses de importancia para cada uno de sus miembros se produce una fuerte atracción interpersonal, aunque también puede darse que sea motivo de atracción la heterogeneidad de puntos de vista.

Cooperación y Competencia

Estas dos dinámicas grupales son resultado de la interacción entre las fuerzas que surgen de los individuos y del efecto que tiene la conducta de cada miembro sobre la de los demás. Un factor esencial para que se genere una dinámica de cooperación o competencia es la satisfacción de metas individuales en la realización de una tarea u objetivo grupal.

Así se produce cooperación cuando todos los miembros del grupo tienen interrelacionadas sus propias metas. En cambio, cuando uno de los integrantes se encuentra cerca de su objetivo y los demás se ven imposibilitados a satisfacer los suyos, se manifiesta una situación competitiva.

2.4. EL PROCESO DE LA CAPACITACIÓN

La planeación de la capacitación es muy importante, ya que con base a la misma logramos realizar paso por paso lo que se necesita para tener resultados positivos. Es una manera de organizar y ejecutar con coherencia la capacitación mediante un proceso que permite conocer desde el origen y políticas de la empresa, las necesidades que se tienen, ya sea manifiestas o encubiertas; la determinación de lo que se pretende llevar a cabo para cubrir esas necesidades, y en donde también ¹⁹se evalúa todo el trabajo realizado mediante las técnicas elegidas.

La capacitación funciona estructurando el trabajo de manera que ayude a cada persona a formarse una idea clara de lo que se espera de él y favorece que pueda obtener los medios para conseguirlo.

El proceso de la capacitación se divide en seis pasos, que pueden ser más o pueden ser menos, según el enfoque o detalle que queramos darle, y son los siguientes:

1. Infraestructura
2. Diagnóstico de necesidades
3. Elaboración del plan
4. Ejecución de los programas
5. Evaluación

I. INFRAESTRUCTURA

La función de capacitación se desarrolla en un entorno que es el que propicia poder llevar a cabo su labor, para ello, se requiere contar con una filosofía y objetivos de la empresa, de políticas y organización; y otro rubro a cuidar es el cumplimiento del aspecto legal. Esto significa ser capaces de incorporar la capacitación dentro de la planeación estratégica. Ser un medio para desarrollarla y no un fin en sí misma.

¹⁹ PANIAGUA Blanco, León. "Formación de Instructores", México, Mecanograma, ETESA, 1995.

II. DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

La capacitación y el adiestramiento son acciones educativas en el escenario laboral que deben ser administradas; es decir, se tienen que planear, diseñar, implantar y evaluar para llevar a cabo el desarrollo de personal para que las organizaciones cuenten con personal calificado en sus puestos de trabajo.²⁰

Para cumplir con lo anterior, se requiere identificar con toda certeza cuáles son los repertorios necesarios para el puesto que actualmente desempeña un trabajador, cuáles se requieren para el puesto inmediato superior, y cuáles son aquellos repertorios que le permitirán una intervención eficaz en su medio ambiente. Lo que nos da respuesta a todo esto es la IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN de la organización que desarrolla un sistema por el cual se detecta y determina lo que está ocasionando un bajo nivel de desempeño en el trabajo con respecto al nivel de ejecución marcado por los objetivos, expresa la discrepancia existente entre una situación actual y otra necesaria o deseada.

Se realiza para diagnosticar la enseñanza específica para la necesidad específica. Las necesidades pueden ser:

- **Manifiestas:** Son evidentes y no requieren técnicas para identificarlas. Pueden surgir por algún cambio en la estructura organizacional, por la movilidad de personal, como respuesta al avance tecnológico de la empresa o las demandas actuales de actualización todos los campos de actividad profesional.
- **Encubiertas:** Son aquellas que no saltan a la vista, hay que deslindarlas a través de técnicas. Se pueden dar en el caso de que los trabajadores que ocupan sus puestos normalmente, presenten problemas de desempeño, derivados de la falta u obsolescencia de conocimientos, habilidades o actitudes.²¹

III. DETERMINACIÓN Y REDACCIÓN DE LOS OBJETIVOS. Un objetivo es la descripción de una conducta determinada, que el participante deberá demostrar haber adquirido una vez finalizada su instrucción. Un objetivo es el resultado que se desea alcanzar, es decir, las habilidades que son necesarias que aprenda el participante.

El resultado que se desea alcanzar puede darse a diferentes niveles:

- a) Nivel psicomotriz. Habilidades, destrezas, aptitudes mecánicas.
- b) Nivel cognoscitivo. Conocimientos, razonamientos, interpretaciones o juicios.
- c) Nivel afectivo: Actitudes, motivaciones, valores y aspiraciones.

²⁰ JIMÉNEZ, Alvaro. Método de detección de necesidades (para la capacitación y el adiestramiento), cap. 1

²¹ MENDOZA, Alejandro. Manual para determinar necesidades de capacitación, cap. 5

IV. DESARROLLO DE CONTENIDOS. El contenido es aquello que ha de transmitirse para lograr los objetivos. Después de redactar los objetivos tanto generales como específicos, se precisan los contenidos, se organizan de manera que su secuencia sea clara, comprensible y estimulante para los participantes.

V. SELECCIÓN DE TÉCNICAS DIDÁCTICAS. Las técnicas didácticas son las facilitadoras para encauzar la energía del grupo hacia la consecución de objetivos. Habiendo seleccionado contenidos, lo siguiente es buscar la manera ideal de transmitirlos. Las técnicas didácticas tienen la respuesta.

VI. SELECCIÓN DE MATERIALES DIDÁCTICOS. Son los materiales que ayudan al instructor a conducir el aprendizaje dentro de una situación real o en su defecto ayudan a sustituir la realidad. El papel que representan: economizar tiempo, ilustrar algún tema, facilitar la comprensión del participante.

VII. DETERMINACIÓN DE TIEMPOS Y DURACIÓN DE LA INSTRUCCIÓN. El tiempo es esencial en la planeación y metodología del curso, si no se toma en cuenta, lo más seguro es que el aprendizaje fracase. El tiempo está en estrecha relación con la importancia del tema, el nivel de profundidad del mismo y las actividades que se tienen que realizar para desarrollar, evaluar y lograr el aprendizaje.

Los retos al conducir el aprendizaje surgen debido a que cada participante es diferente y que cada grupo presenta actitudes, habilidades y conocimientos distintos; por lo tanto no es recomendable un procedimiento rígido e invariable para la conducción del grupo.

En la conducción del proceso enseñanza-aprendizaje el capacitador tiene que estar consciente de que está en función del que aprende y no del que enseña. Mientras que la responsabilidad del que conduce es la de facilitar este aprendizaje, disponer de todos los estímulos necesarios en el medio ambiente como pueden ser las técnicas didácticas, materiales, coordinación de las actividades, prácticas, comentarios, exposiciones, etc., de manera que sean oportunidades para que el capacitando aprenda.

VIII. DETERMINACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN. La evaluación consiste en observar, apreciar y analizar los cambios en la conducta de los capacitandos tomando como marco de referencia el objetivo. El objetivo de la evaluación es conocer cuantitativamente y cualitativamente los cambios que se han producido como resultado de los programas implantados. No podemos decir que se ha capacitado si no tenemos la verificación de que ya se hizo y cuáles fueron los resultados.

Inicialmente se tomarán las evaluaciones: diagnóstica, formativa y sumaria un tiempo razonable después de los eventos se hará otra medición directamente contra los resultados.

Además, se tiene que evaluar con base a los estándares establecidos en los objetivos, esta medición nos da los elementos para poder emitir juicios cualitativos y cuantitativos.

Llevar a cabo una evaluación con todas sus características no resulta sencillo, ya que ésta debe ser: Integral, sistemática, continua, acumulativa, científica y cooperativa.

aprendizaje, ofreciendo al capacitando una fuente de información en la que se reafirmen los aciertos y se corrijan los errores.

Es la oportunidad de dirigir la atención al participante hacia los aspectos de mayor importancia y orientarlo en cuanto al tipo de respuestas o formas de reacción que se espera de él.

La evaluación es un conjunto de operaciones que carecen de finalidad por sí mismas, y que únicamente adquieren valor y vida pedagógica si se contemplan en función del servicio que prestan para la toma de decisiones en el mejoramiento del proceso de enseñanza aprendizaje.

Además se tienen evaluaciones que pueden ser posteriores, como las de otorgar certificaciones, las de verificación de una mejora continua, la de costo-beneficio y la de todo programa o sistema.

EVALUACIÓN DE LA CAPACITACIÓN: COSTO-BENEFICIO. El siguiente paso es realizar la evaluación costo-beneficio de la capacitación que se lleó a cabo. La clave para realizarla estriba en hacer bien todos los pasos del proceso; poniendo énfasis en la definición de los estándares, la medición inicial, la medición final, y durante el seguimiento la verificación de los resultados obtenidos.

Se verifica el alcance y resultados de los programas en general además pueden obtenerse elementos para un nuevo diagnóstico de necesidades de capacitación, que permita conocer los resultados de la metodología empleada en el proceso de enseñanza aprendizaje.

Lo que se espera en mayor o menor medida es que se haya tenido una inversión y no un costo. También puede hacerse mención de los beneficios indirectos que se derivaron de los programas.

Con la evaluación se cierra el proceso de capacitación para dar nuevamente información que se utilice en el diagnóstico de necesidades y que le dé seguimiento a los programas o sea el que verifique los resultados obtenidos del proceso.

En resumen se puede identificar el proceso de la Capacitación de la siguiente manera:

A) INFRAESTRUCTURA	Es tomar en cuenta la planeación estratégica de la organización.
B) DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN	Parto de una necesidad "real" de capacitación y este evento le satisface.
C) DETERMINACIÓN Y REDACCIÓN DE OBJETIVOS	Qué es lo que quiero lograr o qué cambio quiero conseguir.
D) SELECCIÓN Y DESARROLLO DE CONTENIDOS	Qué voy a dar.
F) SELECCIÓN DE TÉCNICAS DIDÁCTICAS	Cómo lo voy a dar.
G) SELECCIÓN DE MATERIALES DIDÁCTICOS	Qué material voy a utilizar para darlo.
H) DETERMINACIÓN DE TIEMPOS Y DURACIÓN DE LA INSTRUCCIÓN	Qué tiempo necesitare para exponer cada tema y cuál será la duración total del curso.
I) DETERMINACIÓN DE PROCEDIMIENTOS PARA LA EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.	Cómo voy a evaluar lo que realmente aprendieron.
J) EVALUACIÓN DE LA CAPACITACIÓN: COSTO-BENEFICIO.	✧ Conviene a la empresa invertir presupuesto en la capacitación.

2.5 BENEFICIOS Y LIMITACIONES DE LA CAPACITACIÓN

Se consideran beneficios de la capacitación:

<i>AUMENTA</i>	<i>DISMINUYE</i>
✧	✧
✧ Nivel de eficiencia	✧ Faltas y despidos
✧ El uso de métodos y sistemas valiosos	✧ Cargas de supervisión
✧ Comunicación positiva	✧ Derroches y deterioros
✧ La moral y la motivación	✧ Tiempo extra
✧ El desarrollo de las capacidades personales	✧ Gastos de conservación de maquinaria
✧ La cooperación mutua	✧ Molestias innecesarias
✧ El logro de objetivos	✧ Agresiones personales
✧ Integración del grupo de trabajo	✧ Poco uso de habilidades del personal
✧ La posibilidad de aprender a aprender	✧ Improvisación
✧ Satisfacción en el trabajo	✧ Improductividad

LIMITACIONES DE LA CAPACITACIÓN

- No resuelve problemas que provienen de una organización defectuosa.
- No puede favorecer el desarrollo del potencial del personal que no quiere participar.
- No supera el hecho de que el olvido se produce con mayor rapidez y facilidad que el aprendizaje.
- Los resultados dependen en gran medida del interés del capacitado y del apoyo directivo.
- Es un medio para resolver problemas y propiciar los resultados, no es un fin en sí misma.
- Difícilmente hay resultados si todo el personal no está involucrado.
- Sin seguimiento a las acciones se pierde lo ganado.
- Cuando se le considera un área independiente a las demás deja de tener la posibilidad de favorecer los resultados.

2.6 DECÁLOGO DE LA CAPACITACIÓN

1. La capacitación no es sinónima de educación. La capacitación o entrenamiento en las empresas forma parte de la educación y de la formación integral de la persona. En las organizaciones, el entrenamiento de los trabajadores debe vincularse y complementarse con otras actividades que contribuyan a su formación.
2. La capacitación es un proceso de enseñanza aprendizaje y el aprendizaje es cambio de comportamiento, por lo tanto, los cambios que se produzcan en los trabajadores debe ser producto de necesidades previamente diagnosticadas y reforzadas en la línea de trabajo.
3. La capacitación constituye un insumo de la productividad; por lo tanto, los programas de entrenamiento que se dirijan a acrecentarla deben formar parte de programas más amplios de mejoramiento organizacional, que enlacen o conecten los cambios de conducta a los cambios de estructura, sistemas, normas, filosofía, procedimientos y tecnología de trabajo.
4. El entrenamiento efectivo modifica a las personas en su forma de pensar, de actuar y de sentir. La capacitación efectiva, por lo tanto, es la que desarrolla habilidades, incrementa conocimientos y modifica actitudes, según el rumbo que marquen los objetivos que se diseñan para cada caso en particular.
5. Los contenidos de un curso, su metodología, el tiempo asignado y los materiales deben ser producto del alcance y profundidad que indiquen los objetivos.

-
6. El entrenamiento efectivo es sinónimo de efectivo aprendizaje, por lo que cualquier conocimiento que no modifique al individuo, se puede considerar buena enseñanza, pero no como efectiva capacitación. Los cursos no deben probar su efectividad por la cantidad de conocimientos que una persona adquiere, sino por la calidad del cambio, de la modificación o de la transformación que ese conocimiento provoca en las personas que reciben ese estímulo.
 7. La capacitación efectiva debe ser la **ENSEÑANZA ESPECÍFICA PARA UNA NECESIDAD ESPECÍFICA**. Un curso debe ser originado por un problema o una necesidad. Si un curso no se orienta a reducir ese problema o a satisfacer esa necesidad, estrictamente no se justifica su desarrollo.
 7. La capacitación enfocada a la productividad debe orientarse a contrarrestar problemas organizacionales, y sus resultados se deben apreciar en la medida en que esos problemas han sido superados y en razón del costo-beneficio logrado en su aplicación.
 9. La capacitación puede ser peligrosa. Por ejemplo, un curso de calidad, pero mal dirigido, puede provocar malestar a la empresa al propiciar cambios de conducta no deseados; por su parte, el sobrecapacitar, puede despertar falsas expectativas en los trabajadores.
 10. Por lo tanto, para que la capacitación tenga éxito deberá:
 - Conocerse el malestar y detectar sus causas (diagnóstico de necesidades de capacitación).
 - Elaborarse con el tipo y cantidad de ingredientes necesarios para curar el mal detectado. (Diseño didáctico, metodología, técnicas y materiales de apoyo).
 - Administrarse y dosificarse bajo tratamiento estricto (conducción y dosificación del aprendizaje).
 - Verificarse hasta que punto el mal ha sido superado (análisis de los cambios de conducta y evaluación de los resultados).
 - Tomar medidas suplementarias para evitar que el malestar regrese (seguimiento, reentrenamiento y reforzamiento, así como modificación de factores organizacionales que se adecuen a estas nuevas conductas modificadas).
 - Ser diagnosticada, administrada y controlada por un experto y no por un aficionado. (La capacitación debe ser diagnosticada, administrada y controlada por un conocedor).

CAPÍTULO III

CONGRESOS Y CONVENCIONES

3.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

En la antigua Babilonia hay claros testimonios de la inclinación que los griegos tenían por viajar: asistían a fiestas de carácter religioso, en las que simultáneamente se celebraban competencias atléticas, como en Olimpia, ciudad en donde se originaron las famosas olimpiadas. Sin embargo, hasta la época del Imperio Romano no se presentaron desplazamientos que se pudieran identificar como actividades turísticas: visitas a templos y santuarios, asistencia a festividades y a los baños termales, etc. Tales desplazamientos fueron posibles gracias a que en aquella época ciertos elementos históricos, como la disponibilidad de un sistema de comunicaciones, la paz social, la prosperidad del imperio y el tiempo libre de que disponía cierto sector de la sociedad, permitieron la realización del fenómeno turístico.

Con la caída del Imperio Romano, los pueblos empobrecieron, las vías de comunicación se destruyeron y el tránsito en diversas regiones se convirtió, debido al gran número de asaltantes, en una aventura peligrosa. Por esta razón el desarrollo del turismo no fue posible hasta llegar a la Edad Media, cuando se comenzaron a emprender viajes nuevamente, pero ahora en grupo, a fin de desplazarse con mayor seguridad. Así, las peregrinaciones se convirtieron en un acontecimiento de la época.

Las cruzadas dieron un nuevo ímpetu a los viajes, ya que el movimiento de soldados, peregrinos y mercaderes fomentó la revitalización del comercio; sin embargo, durante el renacimiento se realizaron viajes por motivos ajenos a los de los mercaderes y peregrinos, pues se efectuaron más bien debido a que las grandes expediciones marítimas, realizadas entre los siglos XV y XVI, despertaron la curiosidad por conocer nuevos rumbos.

En el periodo comprendido entre los siglos XVI y XIX se establecieron las bases del turismo moderno y empezaron a surgir los centros vacacionales. Durante el siglo XVI, los jóvenes ingleses comenzaron a recorrer el continente, con el propósito de completar su preparación y sus conocimientos, ya que las experiencias obtenidas enriquecían sus criterios y ampliaban su visión del mundo. A finales del siglo XVI principios del XVII hubo especial interés por los baños termales, pues los médicos empezaron a recomendarlos por sus propiedades curativas. Esto propició la afluencia de un gran número de visitantes a esos lugares mismos que fueron acondicionados con entretenimientos organizados para los visitantes convirtiéndose así en sitios muy populares a fines de dicho siglo.

El año de 1841 marca un hito importante en la historia del turismo: Thomas Cook, en Inglaterra, y Henry Wells, en Estados Unidos de América, iniciaron simultáneamente sus actividades como verdaderos profesionales del turismo. El primero de ellos fundó la empresa Thomas Cook and Sons, que actualmente se conoce como Wongs Lit's Cook, y Henry Wells fundó la Wells Fargo, que ahora opera como America Express Company; estas son dos de las organizaciones que más turistas movilizan alrededor del mundo.

La mayor aportación de Cook fue la excursión organizada.

Hay diferentes tipos de turismo: de descanso, deportivo, religioso, cultural, etcétera; sin embargo uno de los más importantes por su volumen y por la derrama de divisas que presenta, es el de congresos y convenciones.

Thomas Cook fue uno de los primeros impulsores de este tipo de turismo. Cook se percató de las ventajas de ser intermediario; vendió su taller y se convirtió en organizador de excursiones.

Más tarde, con la evolución natural del turismo, este tipo de acontecimientos se hizo más común, aunque aún no se le daba la importancia debida. A mediados de este siglo se establecieron lugares específicos para celebrar tales reuniones.

En Europa se fundaron los palacios de congresos, que en defensa de sus intereses crearon los centros nacionales y más tarde se reunieron en *la Federation Euripée des Villes des Congrès*.

En 1958 se fundó la Asociación Internacional de Palacios, Exposiciones y Congresos (AIPC), con la misión de: establecer contratos estrechos y permanentes entre las administraciones de los diferentes miembros, facilitar el intercambio de experiencias, estudiar los problemas derivados de la administración y funcionamiento de los palacios. Contribuir a las actividades tendientes al desarrollo de las técnicas de reuniones internacionales, y poner a disposición de los organismos internacionales los elementos necesarios para el éxito de los congresos. La AIPC consta de una asamblea general y un comité directivo con sede en Cannes, Francia.

Si un palacio de congresos es un mundo pequeño, el fenómeno global del congresismo constituye un hecho de gran interés y trascendencia. En 1970 se celebraron en todo el mundo unos 4000 congresos internacionales, con la participación de dos millones y medio de personas, entre congresistas y acompañantes. El mercado de congresos se ha convertido en una de las ramas más importantes de los viajes internacionales y ha creado un nuevo turismo definido y especializado, con un equipo de recepción que es el centro de congresos, por una parte, y la agencia de viajes especializada y el personal altamente capacitado, por otra.

La tendencia moderna consiste en equipar a los nuevos hoteles con salones de conferencias y reuniones, locales para exposiciones, etc., dotados con los medios necesarios: proyectores, equipos de traducción simultánea, servicios de edecanos, etc.

3.2. GRUPOS, CONGRESOS Y CONVENCIONES

Antes de tratar el tema que se refiere a los grupos y a las convenciones es necesario definir al grupo humano, puntualizar sus características fundamentales y determinar cómo se integra.

❖ GENERALIDADES

Los grupos están conformados por "seres humanos en relación recíproca y que interactúan constantemente. Para poder tipificarlos, han de estar vinculados por características a fines, de manera que deben integrarlos personas a quienes les ligan y comparten intereses comunes, que pueden ser culturales, actividades de servicio, de pertenencia, credo y aficiones individuales".²²

La constitución de grupos surge cuando las personas se dan cuenta de que sus objetivos no se pueden lograr de forma individual, de tal forma que los individuos se agrupan en función de las relaciones personales, así:

Los grupos están conformados por "seres humanos en relación recíproca y que interactúan constantemente. Para poder tipificarlos, han de estar vinculados por características afines, de manera que deben integrarlos personas a quienes les ligan y comparten intereses comunes, que pueden ser culturales, actividades de servicio, de pertenencia, credo y aficiones individuales." (Vidal cit. en Cravioto, 1991)

Los congresos y convenciones funcionan a la manera de un grupo organizado para la consecución de un fin común y su característica principal es la homogeneidad de sus integrantes.

En este sentido, las convenciones, los congresos, los seminarios y los foros, etc. son eventos de comunicación y de convivencia que, en un destino geográfico y en fecha preestablecida, reúnen a un grupo de personas que comparten un interés común y cuya presencia obedece al afán personal o al propósito de una empresa, de propiciar la convivencia, superación, capacitación,

GONZÁLEZ Núñez, J. De Jesús. "Dinámica de grupos: técnicas y tácticas". México, 1994.

educación o conocer nuevos procedimientos o productos. Existen diferentes tipos de convenciones, así tenemos:

CLASIFICACIÓN DE LAS CONVENCIONES POR SU OBJETIVO	Conven. Corporativas	Seminarios
		Juntas de venta o Incentivos
		Coloquio
	Conven Institucionales	Exposición
		Símposio
		Congreso
	Conven. Asociaciones	Conferencia
		Jornada

En nuestro medio, el nombre que se les asigna a los servicios, a las cosas y a los eventos no necesariamente corresponde a los que se entiende en otros países, así lo que para unos es "congreso" para otros no lo es.

En México, las traducciones no siempre han sido aceptadas, por lo que tenemos una forma propia de expresarnos y de hacer nuestras definiciones, así:

CONVENCIÓN: es el término con el que nos referimos a todas las formas de reunión que se desarrollan en México, habiendo nombres para cada una de ellas.

Convención Corporativa: Este tipo de evento es lo que comúnmente llamamos convención. Este evento congrega a empleados o ejecutivos de grandes empresas o grupos de empresas de la iniciativa privada, con el propósito de

entrenar, capacitar y motivar a su personal. Son obligatorias, frecuentes y cuentan con gran afluencia. El programa del evento está dominado por sesiones de trabajo. La empresa paga parte o todo el gasto al participante. Dura de 2 a 4 días.

Seminario: Es un evento organizado por una empresa o institución, con el fin de capacitar a sus empleados o interesados en un tema específico,

quienes se dedican a escuchar a los expertos. Se hace por sesiones de trabajo. La empresa paga los gastos del participante. Dura de 3 a 4 días.

Incentivo o Juntas de Ventas: Evento organizado por una empresa con el fin de premiar o conocer el desempeño y capacitar a sus empleados o trabajadores. Estos eventos se realizan cuantas veces sean necesario, generalmente en el área de ventas, aunque no único de esta área. El programa está dominado por actividades recreativas. La empresa paga todos los gastos a los participantes. Dura de 3 a 4 días.

Convenciones Institucionales: Representan un gran volumen dentro del mercado de convenciones; estas reuniones se realizan con menos frecuencia que las corporativas, ya que son independientes y su gasto resulta considerable. Pueden ser pagadas por las asociaciones o por los participantes.

Coloquio: Evento organizado por una institución o asociación con el fin de darle la oportunidad a especialistas en algún tema para exponerlo ante un grupo de personas interesadas en el mismo. El programa está dominado por sesiones de trabajo. El participante paga sus propios gastos. Tiene una duración de 1 a 4 días.

Exposición: Es comúnmente llamada EXPO, es la versión moderna del mercado especializado más sofisticado con un sin fin de especializaciones, en el cual concurren vendedores de productos, instalaciones o servicios a exhibir lo que ofertan, ante los potenciales compradores. Esta puede ser organizada por una Asociación, Instituto, Federación, Confederación, Colegio, Cámara o por organizadores especializados en exposiciones. El programa del evento está dominado por el recorrido que hacen los compradores a los módulos donde se exhiben los productos o servicios.

Puede ser privada, es decir, por invitación o pública. La exposición puede ser parte de un congreso o existir por sí sola. El participante paga sus propios gastos. Dura de 2 a 7 días.

Simposio: Es comúnmente llamado Symposium, es un evento organizado por una institución o asociación con el fin de dar a conocer algún tema expuesto por especialistas ante un grupo de personas interesadas en el mismo. Se hace en sesiones de trabajo. El participante paga sus propios gastos. Dura de 1 a 3 días.

Convenciones de Asociaciones: Estas reuniones se celebran a niveles locales, regionales, estatales, nacionales e internacionales, y agrupan a miembros de una comunidad que ejercen la misma profesión, actividad o especialidad, o que comparten un interés colectivo. La asistencia es voluntaria y los gastos son cubiertos por el asistente.

Congreso: Son reuniones cuyo objetivo es impartir e intercambiar información, encontrar soluciones y averiguar hechos dentro de los campos

técnico, económico y de múltiples áreas. Puede describirse como una fusión de experiencias y opiniones provenientes de personal altamente capacitado. Por lo general, los congresos reúnen a las autoridades en la materia de que se trate. Se considera el evento más complicado de organizar, en especial si se le compara con seminarios y convenciones corporativas.

Como se trata de eventos de comunicación, organiza agrupaciones y/o asociaciones de carácter mundial. Los asistentes proceden de diversos países y sus características se adecuan al carácter de cada reunión. Generalmente los gastos de los participantes son absorbidos total o parcialmente por las dependencias a las que representan. Los congresos pueden reunir desde 50 personas en adelante. Son regionales, nacionales o internacionales, de acuerdo con las necesidades de cada grupo.

Conferencia: Evento que congrega a profesionales o personas con intereses comunes, con el fin de escuchar a conferencistas o ponentes estacados en alguna especialidad, las discusiones se someten a discusión antes de considerarlas finales. El programa del evento está dominado por sesiones de trabajo. El participante paga sus propios gastos. Tiene duración de 2 a 4 días.

Jornada: Evento que congrega a profesionales o especialistas, ya sea Asociación, Instituto, Federación, Confederación, Colegio o Cámara, con el fin de encontrar soluciones para resolver un problema que todos ellos tienen en común. Se hace por medio de sesiones de trabajo. El participante paga sus propios gastos. Dura de 1 a 4 días.

3.3 CLASIFICACIÓN DE LOS EVENTOS

Para efectos de este trabajo se utilizará el término de evento para hacer referencia a congresos, seminarios, convenciones, conferencias, foros, coloquios y reuniones, diferenciándolo del término exposición, que se entiende como la instalación, promoción, comercialización, operación y administración de un grupo de módulos para promocionar productos o servicios en lugares preestablecidos.

Los programas para un evento se pueden dividir en:

- Programas técnicos.
- Programas sociales y culturales.
- Programas recreativos y deportivos.
- Programas específicos
- Programas especiales.

Los **Programas técnicos** se componen de actividades como son las conferencias magistrales y las ponencias y discusiones de las mesas de trabajo,

en donde intervienen ponentes especialistas en la materia, con base en una temática previamente definida y se presentan trabajos simultáneamente para su análisis

En las sesiones de trabajo técnicas y académicas son tratados los aspectos más importantes del tema para el que se haya convocado al evento.

Los participantes asisten a la sesión o mesa de su preferencia en las ponencias que se presentan en la mesa de trabajo se exponen conceptos puntos de vista sobre el tema en cuestión y son la base para elaborar las conclusiones finales del evento.

Una parte importante de estos tipos de eventos son los **programas recreativos y culturales** que se forman de actividades sociales, deportivas, culturales, artísticas y recorridos turísticos. En las actividades recreativas se busca fomentar las relaciones humanas y el acercamiento entre los participantes y en lo cultural se busca el intercambio.

En la sesión de inauguración se informa de la finalidad del evento, se plantean los objetivos a alcanzar y logros que se esperan y se plantea el análisis y estudio de problemas de interés general. En la sesión de clausura se dan a conocer los logros y conclusiones y se concretan compromisos.

Los **programas intermedios** son las actividades especiales que se efectúan durante el evento.

CLASIFICACIÓN DE LOS EVENTOS

Con el objeto de tener una visión más completa de las actividades que debe realizar un coordinador en los diferentes tipos de eventos, se darán a conocer una clasificación de los mismos de acuerdo a su duración y disponibilidad de recursos.

EVENTOS TIPO "A"

Eventos para los cuales se requiere un mínimo de recursos ya que se pueden llevar a cabo dentro o fuera de las instalaciones del organismo; contando con sus propios recursos o bien contratando servicios adicionales como son: instructores, aulas, mobiliario, cafetería, etc. Dentro de este tipo de eventos encontramos **CURSOS** (de capacitación, adiestramiento y desarrollo), y **TALLERES** cuya duración va de 20 a 90 horas en promedio.

EVENTOS TIPO "AA"

Eventos para los cuales se requiere, en la mayor parte de los casos, la contratación de servicios como son: especialistas en determinados temas, aulas con una capacidad de más de 50 personas, servicios de cafetería o comida, equipo didáctico, etc.

Dentro de este tipo de eventos encontramos **SIMPOSIOS, MESAS REDONDAS, FOROS, PANEL'S, CONFERENCIAS, SEMINARIOS Y EXPOSICIONES.**

EVENTOS TIPO "AAA"

Eventos para los cuales se requiere, además de la contratación de servicios mencionados anteriormente, trasladarse a otro lugar ya que se consideran como eventos nacionales e internacionales, por lo que se requiere de gastos de hospedaje, transporte, alimento, publicidad, pago de especialistas, etc. Hay que recordar que este tipo de eventos puede durar varios días.

Dentro de este tipo de eventos encontramos **CONVENCIONES Y CONGRESOS.**

3.4 PLANIFICACIÓN GENERAL DE UN EVENTO

Como en cualquier proyecto, para la realización de un evento es necesario planificarlo debidamente, ya que sin esto, hay mucho riesgo de no alcanzar el éxito o de tener un amplio desperdicio de recursos y esfuerzos.

La planificación es fundamental para una buena coordinación entre todas las partes que intervienen en la realización de un evento y permite aumentar las posibilidades de tener resultados positivos.

Ese plan debe convertirse en una estrategia específica y consistente, representada por acciones concretas: También debe plantear y detallar acciones dirigidas a cumplir objetivos específicos.

Para cada objetivo se deben definir las acciones a efectuar, anticipar los posibles problemas por resolver, priorizar sus soluciones, asignar recursos y

responsabilidades y diseñar medidas de seguimiento que permitan evaluar los avances y los resultados.

Un evento no planificado, si tiene éxito será producto de la casualidad.

El grupo de organizadores que vayan a intervenir debe participar en la elaboración del plan.

Muchos planes fracasan porque no participan en el desarrollo quienes tienen que hacerlos realidad. Por eso para una buena planificación el grupo organizador requiere conocer la misión, objetivos, políticas, procedimientos, programas, presupuestos, logística, estrategias y tácticas.

Es importante estar convencido de la conveniencia y necesidad de desarrollar un proceso de trabajo debidamente planificado para tener una mayor capacidad de respuesta y realizar eventos con calidad.

La planificación general de un evento debe incluir:

- ✓ La definición de los objetivos generales y específicos.
- ✓ Las políticas generales.
- ✓ La temática del evento.
- ✓ El perfil del grupo de organizadores, conferencistas y participantes.
- ✓ La estructura de organización y distribución de funciones.
- ✓ La formación, organización y programa del grupo de trabajo.
- ✓ La mecánica de trabajo y su realización (procedimientos).
- ✓ Formas de financiamiento, presupuesto y flujo de dinero.
- ✓ La contratación de lugares y servicios.
- ✓ Los programas de actividades técnicas, recreación, acompañantes y específicos.
- ✓ La asignación de responsabilidades y las fechas de ejecución.
- ✓ Las estrategias de comercialización y difusión.
- ✓ El control de la aplicación de recursos por actividad.
- ✓ Las alternativas de acción en caso de desviaciones del plan original.
- ✓ **La capacitación de los coordinadores y personal de apoyo.**

También una buena planificación debe considerar con mucho detenimiento lo siguiente:

- ✓ Las fechas más convenientes para la realización del evento.
- ✓ Lugar y sede.
- ✓ Temática general y particular.
- ✓ Quiénes y cuantos ponentes y participantes serán.
- ✓ Pronóstico de participantes esperados.

La experiencia ha demostrado que en la mayor parte de los eventos, el éxito depende de tomar una buena decisión sobre los puntos anteriores.

La planificación está íntimamente ligada con los recursos disponibles para la realización de un evento.

Para definir la fecha y el lugar de un evento, hay que considerar diferentes variables que pueden influir en la decisión, como pueden ser:

- ❖ El tiempo necesario para la planificación, organización y difusión y realización.
- ❖ La conveniencia o no, de celebrar el evento en días festivos y vacaciones en oficinas y escuelas, para facilitar la asistencia al evento.
- ❖ Otros eventos similares que otras empresas o agrupaciones pudieran llevar a cabo los mismos días.
- ❖ Fechas disponibles en centros de convenciones, hoteles, salones y que sean accesibles con los tiempos de la mayoría de los posibles participantes.

Los puntos anteriores se deben analizar y estudiar con mucho detalle, ya que puede afectar o beneficiar la asistencia de ponentes, personalidades y participantes.

El tiempo de anticipación para empezar los preparativos, dependerá de la magnitud y características de cada evento.

La organización de un evento es muy dinámica, por lo que es necesario evaluar y ajustar para tener la posibilidad de mantener en el tiempo congruencia y consistencia entre un grupo de acciones y un conjunto de objetivos.

Planificar y evaluar, revisando escenarios, precisando objetivos y evaluando los avances, permite resolver problemas y obtener mejoras constantes en los resultados.

Ventajas de la Planificación:

- ◆ Se obtienen objetos claros y definidos.
- ◆ Se establecen programas con metas para su alcance.
- ◆ Estimula la creatividad para hacer mejor uso de los recursos disponibles.
- ◆ Facilita el alcance progresivo de las metas planteadas y las revisiones prácticas y efectivas.
- ◆ Coordina y unifica los esfuerzos del grupo organizador.

CAPITULO IV

EL COORDINADOR DE EVENTOS

Encontrar un buen coordinador de eventos no es fácil, ya que se requieren de diferentes habilidades y conocimientos para hacer un buen trabajo; tiene que ser un profesional con experiencia en eventos de esta naturaleza, con amplio criterio y sentido común para manejar diversas situaciones, debe tener habilidad para el manejo de personal, una mente innovadora y creativa para tomar decisiones, y suministrar ideas productivas y tener capacidad coordinadora, para poder llevar a cabo eficientemente su responsabilidad.

Además, debe ser metódico, pragmático, detallista flexible, organizado, tener sentido del humor, cultura general y buena reputación.

Para que logre que un evento cumpla con los objetivos planteados requiere de la coordinación eficiente de muchos y variados detalles, no es sencillo, pero con un buen equipo de trabajo y una adecuada división de funciones se puede cumplir con los objetivos planteados.

4.1. ¿QUÉ ES EL COORDINADOR DE EVENTOS?

En todo tipo de empresa pública o privada, se realizan eventos como son: reuniones de trabajo, asambleas, exposiciones, cursos, conferencias, congresos, convenciones, etc. Las cuales requieren de una serie de apoyos para su buena realización. El objetivo de estos apoyos es evitar contratiempos cubriendo así la finalidad del evento e inclusive ayudar a lograr el impacto deseado.

Independientemente del lugar donde se trabaje es necesaria la planeación y organización para ofrecer servicios de alta calidad contando para ello con instalaciones, medios y ambiente propicios para la realización de cualquier evento.

Sin embargo, contar con la planeación y organización de los servicios implica realizar esfuerzo precisos para alcanzar los objetivos y metas de la capacitación y desarrollo ya que el éxito de un programa depende no solo de la forma en que sean presentadas las actividades, sino también, de la forma en que

se planteen y se presenten las mismas, en función de las características de los participantes, tiempo asignado al programa y disponibilidad de los recursos (humanos, materiales y financieros).

Por lo anterior podemos decir que el **coordinador es un mediador que contempla desde los acuerdos de trabajo previo con el instructor** como son: programación, invitaciones, confirmación de asistencia, fechas y horarios, hasta los servicios de ordenamiento de aulas, materiales, diplomas, contratación de servicios, servicios de cafetería y **en general todas las actividades de supervisión y asistencia ANTES, DURANTE Y DESPUÉS de un evento.**

4.2 PERFIL IDEAL DE UN COORDINADOR DE EVENTOS

Hoy por hoy, la capacitación juega un papel muy importante en el ámbito profesional y laboral mexicano; sobre todo a nivel de desarrollo del elemento humano, considerando que la capacitación *"no es una fórmula mágica que todo lo resuelve"*, pero sí un medio indispensable para el cumplimiento de los objetivos profesionales y laborales. Es por esto que gran parte de los centros de capacitación, y en general, todos los servicios en materia de recursos humanos, han puesto especial énfasis en la sistematización de eventos de capacitación, es entonces, cuando empezamos a hablar de cómo y quién será encargado de realizar dicha tarea.

¿CÓMO? Llevando a cabo una detección de necesidades de capacitación, adiestramiento y desarrollo real.

¿QUIÉN? Como todas las funciones de una empresa, la capacitación requiere de personas técnicamente preparadas (en carreras afines como pueden ser: psicología, pedagogía o administración) que conduzca los eventos encaminados al cumplimiento de planes y programas de capacitación, así como de un COORDINADOR que asista en todo lo necesario a la persona responsable para el logro de tal fin.

Sin embargo, pocas son las personas que poseen el perfil de un coordinador de eventos de capacitación, y aún menos los profesionistas formados para cubrir dichas funciones.

En alguna ocasión alguien comentó que ser coordinador era similar a ser gobernante, ya que se necesitan de cualidades muy especiales y muy propias, por lo que no se puede aprender todo teóricamente, sin embargo, podemos decir que, al igual que para muchas actividades se necesitan ciertas particularidades innatas; siendo posible lograr un avance, si se siguen ciertas normas básicas así como métodos y procedimientos exprefesos.

A continuación se presenta la descripción del puesto de Coordinador de Eventos de Congresos y Convenciones de Capacitación; con el fin de contar con el perfil requerido en cuanto a conocimientos, habilidades, experiencia y responsabilidad, garantizando así el óptimo aprovechamiento y desarrollo de recursos.

A. IDENTIFICACIÓN

- ❖ Denominación del puesto: Coordinador de Eventos de Capacitación.
- ❖ Adscripción: Departamento de Capacitación y Desarrollo.

B. DESCRIPCIÓN GENÉRICA

- ❖ Realizar actividades de apoyo y coordinación para los programas de capacitación.
- ❖ Asistente en la planeación, programación, control y evaluación del sistema de capacitación.
- ❖ Desarrollar actividades de instrucción.

C. REQUERIMIENTO DEL PUESTO EN CUANTO A ESCOLARIDAD.

- ❖ Licenciatura en Psicología, Pedagogía, Relaciones Industriales, Administración de Empresas, o carreras a fines.

D. CONOCIMIENTOS NECESARIOS

- ❖ Programas de Capacitación.
- ❖ Instrumentación de programas de Capacitación.
- ❖ Aplicación de sistemas de información.
- ❖ Organización y funcionamiento de la organización o empresa.
- ❖ Aplicación de instrumentos para la Detección de Necesidades.
- ❖ Métodos y técnicas de planeación y programación.

-
- ❖ Relaciones humanas a nivel directivo y operativo.
 - ❖ Sistema de evaluación y control.
 - ❖ Administración de recursos humanos.
 - ❖ Metodología.
 - ❖ Investigación documental.
 - ❖ Información actualizada sobre temas específicos en su área.
 - ❖ Técnicas didácticas.
 - ❖ Elaboración de material didáctico.
 - ❖ Redacción de proyectos, programas e informes.

E. HABILIDADES

- ❖ Planeación de actividades.
- ❖ Relaciones humanas a nivel directivo, medio y operativo.
- ❖ Planeación, programación y operación de sistemas así como de modelos de capacitación.
- ❖ Liderazgo.
- ❖ Buena presentación.
- ❖ Facilidad de negociación.
- ❖ Administración del tiempo.
- ❖ Facilidad de palabra; vocabulario y dicción.
- ❖ Manejo de grupos.
- ❖ Creatividad.
- ❖ Iniciativa.
- ❖ Cualidades analíticas, análisis de los diferentes puntos de vista del asunto que se discute.
- ❖ Imparcial no dejándose influenciar por prejuicios.
- ❖ Tolerancia.

-
- ❖ Empatía; tratar a las personas con mucho tacto.
 - ❖ Seriedad y control de sí mismo; porque debe saber inspirar en el grupo entusiasmo y confianza.
 - ❖ Sentido del humor; para romper tensiones pero sin perder respeto por el grupo.

F. EXPERIENCIA EN EL PUESTO.

- ❖ Mínima de dos años.

G. RESPONSABILIDAD

- ❖ Conocer con debida anticipación el programa.
- ❖ Invertir todo su esfuerzo para la óptima realización de los eventos preinaugurales hasta la clausura y seguimiento.
- ❖ Planear, programar, operar y evaluar el sistema de capacitación.

H. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA.

- ❖ Auxiliar en la Detección de Necesidades de Capacitación (D.N.C.): aplicación de cuestionarios de D.N.C. cuando sea requerido y tabular la información.
- ❖ Disponer del material necesario para efectuar las evaluaciones y constancias de asistencia: reproducción de evaluaciones obteniendo la cantidad necesaria de constancias de asistencia al evento referentes al programa y efectuar los trámites necesarios en caso de faltar a éstas.
- ❖ Preparativos del evento: solicitud de aulas y equipo de apoyo didáctico; requisitar necesidades del instructor o responsable; preparar y concretar el material didáctico; elaboración de invitaciones y diseño de folletos así como de su entrega; solicitud de servicio de cafetería y gastos menores; informar a los instructores sobre las características del programa y de los participantes.
- ❖ Asistir en el desarrollo del evento: realizar el protocolo de inauguración y clausura; supervisar las condiciones óptimas del lugar ny asegurar la presencia de los participantes e instructores así como de autoridades invitadas; disposición de aparatos necesarios y ayuda en la operación de los mismos; recibimiento de los participantes para propiciar un clima adecuado en el grupo; aplicación y concentración de controles así como de las evaluaciones, haciéndose cargo de la rotulación de constancia.

-
- ❖ Llevar registro de los recursos: elaboración de informes diarios del curso y del programa; registro de asistentes; archivo de datos generales; envié de constancias de agradecimiento a los instructores y autoridades que hayan colaborado en el programa.
 - ❖ Mantener comunicación con el instructor o encargado del programa: recibir instrucciones y toda la información necesaria sobre el programa a realizar; informar sobre sus actividades y aportar nuevas ideas para futuros eventos.

Nota: Las funciones del coordinador de eventos se revisará detalladamente en el manual.

4.3 EVENTOS EN LOS QUE COINCIDE UN COORDINADOR

Anteriormente, lo que se aprendía se mantenía en vigencias por mucho tiempo, por lo que se puede hablar de cultura estática. Además el aprender se asociaba a los niños de ahí el cultivo de la pedagogía. Por lo consiguiente ser adulto significaba no tener que estudiar más, ya que cuando niño, había uno recibido su "monto" de conocimientos fundamentales para la vida; como la utilidad de los datos memorizados para la persona no se cuestionaba, las sociedades industriales empleaban en un principio a trabajadores analfabetas (Valtierra Matus, 1991).

Actualmente un acelerado ritmo de desarrollo a todos los niveles-cultura dinámica-exige una actualización permanente de lo aprendido para asegurar la permanencia y vigencia del conocimiento. Sugiriendo así el concepto de andragogía, al ir en busca de mejores métodos para la educación de adultos pues el viejo concepto de Darwin (1858), es retomado por H. Spencer, quien lo adopta a las ciencias sociales diciendo que: *"el más capaz y con más recursos tiende a subir en la jerarquía social, y éste es el orden de las cosas"* (Hernández Ballesteros, 1985).

En términos generales la educación era considerada como un cambio cuantitativo de conocimientos, sin embargo la educación implica un cambio cualitativo de conducta, ya que el objetivo final es *"formar al hombre"* respondiendo a la necesidad social de trascender su propia especie, aunado a lo anterior encontramos también el deseo de superación en determinada área de acuerdo a necesidades específicas. Es así como los eventos encaminados a la actualización de conocimientos se encuentran englobados en cuatro áreas a saber:

I. Área recreativa, Social Deportiva. Eventos encaminados a elevar la motivación del participante y romper el stress.

II. Área Cultural. Aquí hablamos de eventos donde se observan manifestaciones culturales como puede ser; folklore, visita a sitios arqueológicos o históricos, etc.

III. Área informativa. Básicamente el objetivo es el intercambio de información.

IV. Área educativa. Se refiere a todo tipo de evento pedagógico involucrado a la capacitación, adiestramiento y desarrollo.

El presente trabajo estará enfocado a los diferentes eventos que se encuentran en el área informativa y/o educativa, de acuerdo al tipo de evento del que se trate. A continuación se dará una pequeña descripción de dichos **eventos en los que participa el coordinador**:

CURSO.- Es el acontecimiento cuya principal finalidad es desarrollar conocimientos, habilidades, aptitudes y actitudes afectando las áreas cognitivas, psicomotriz y afectiva del participante, respectivamente. Cabe mencionar que independientemente del tipo de curso del que se trate (capacitación, adiestramiento o desarrollo) se deben emplear las diferentes técnicas de enseñanza-aprendizaje.

El curso se lleva a cabo a través de sesiones diarias no mayores de 8 horas, abarcando el turno matutino y/o vespertino, o bien, de 2 o 4 horas diarias en un solo turno. La duración de este evento deberá ser de 20 a 60 horas en promedio.

TALLER.- es una modalidad del curso que se utiliza para el desarrollo de un tema específico, el cual es llevado a la práctica de manera flexible con el fin de elaborar un producto tangible y evaluable.

Las sesiones de trabajo tiene una duración diaria no mayor de 8 horas, cubriendo los turnos matutino y vespertino, o bien, de 2 a 4 horas diarias en un solo turno. El tiempo total deberá ser de 30 a 90 horas de duración.

SIMPOSIO.- es el evento que se lleva a cabo a través de la exposición formal y verbal de un tema desde diferentes enfoques con la finalidad de integrar un panorama lo más completo posible del mismo.

La exposición es desarrollada por expertos en la materia y en forma individual, cada experto contará de 15 a 20 minutos para su exposición, de esta manera el conjunto de intervenciones no excederá de una hora y media en promedio ya que

se debe tomar el número de especialistas invitados (de 3 a 6) así como el tamaño del grupo [(de 40 a 50 personas).

MESA REDONDA.- en este evento también se requieren de expertos en un mismo tema, quienes mantendrán una conversación informal con el objeto de dar a conocer al auditorio puntos de vista divergentes o contradictorios sobre un determinado tema o problema.

Cada experto hará uso de la palabra en forma alternada durante 10 ó 15 minutos aproximadamente. Al término de la discusión, el grupo podrá intervenir con preguntas concretas que no generen pugna o demanden largas aclaraciones por parte de uno o todos los expertos, de tal forma que el tiempo total será de 50 a 60 minutos como máximo (de ser necesario se podrá prolongar a 90 minutos) ya que se tendrán de 4 a 6 especialistas invitados y un auditorio de 40 a 50 participantes.

FORO.- Este evento consiste en realizar una discusión libre y abierta sobre un asunto de interés general ya sea que los participantes discutan sobre un tema previamente estudiado o cuando es el paso final de alguna actividad.

debido a que en este evento participa todo el auditorio, cada participante tendrá de 1 a 3 minutos para su intervención, el número de participantes deseables varía de entre 10 y 35 personas y se recomienda que la duración del mismo no se prolongue más de 90 minutos.

PANEL.- Durante este evento se estudia un tema o problema por parte de varios especialistas, de 4 a 6, que conversan libremente entre sí. Se expone un tema mediante un diálogo o conversación informal ante un auditorio. Aquí no se expone como si fueran oradores ya que no hacen uso de la palabra de manera formal sino con cierta interacción en el grupo, convirtiéndose en un foro.

Temas sociológicos y científicos son los que se presentan con mayor frecuencia en este tipo de evento.

La duración es de una hora aproximadamente contando con un auditorio de 30 a 40 participantes.

CONFERENCIA.- Es el acontecimiento en el cual un expositor especializado pronuncia un discurso ante un auditorio permitiendo la comunicación de un solo sentido, por lo que la duración del evento no será mayor de 1 hora.

SEMINARIO.- es el acontecimiento que se refiere al estudio sistemático de un tema o problemática planteado por un grupo de personas quienes efectúan la investigación del tema elegido con el objeto de lograr el conocimiento completo y

específico. El seminario se considera como un acontecimiento formativo e informativo, ya que los participantes además de exponer, conocen de manera más completa el tema seleccionado, dando origen a una corriente de conocimiento.

Se pueden desarrollar seminarios con duración de un día, sin embargo no es recomendable. Dos días se consideran como duración mínima para llevar a cabo este tipo de evento, trabajando con subgrupos de 5 a 12 integrantes.

CONVENCIÓN.- Es el evento en el que se permite conocer un producto o forma de distribución, servicio, intercambio y generación de ideas, aniversario de alguna asociación, etc. a fin de estandarizar criterios, ya que este tipo de evento es de carácter comercial o empresarial y generalmente es considerado un evento anual.

CONGRESO.- es el acontecimiento en el que se reúne un grupo de personas especializadas en un tema de interés general, política o de carácter científico, con frecuencia a nivel internacional, con el fin de debatir cuestiones previamente fijadas.

El congreso es considerado como una modalidad de la Mesa Redonda ya que se presentan sesiones de manera simultánea: Sesiones Magistrales y Sesiones Plenarias.

Sesiones Magistrales.- marca una corriente de línea de enseñanza, los participantes asisten a la sesión que le corresponde o a la de su particular interés.

Sesiones Plenarias.- Sesiones de interés general del público participante del congreso.

La duración de un congreso puede ser de uno o varios días según lo requiera los temas a tratar.

CAPÍTULO V

EL MANUAL DE INSTRUCCIÓN COMO UN AUXILIAR DIDÁCTICO PARA FAVORECER EL PROCESO DE ENSEÑANZA- APRENDIZAJE EN LA CAPACITACIÓN.

El manual de instrucción es un conjunto de información presentada en forma escrita, donde pueden ser incluidos gráficas, datos estadísticos, mapas, esquemas, cuestionarios, ejercicios y cuadros sinóptico. Es un apoyo muy recurrido y sencillo para apoyar el proceso de enseñanza-aprendizaje en la capacitación.

5.1 LOS MATERIALES DIDÁCTICOS

Los materiales didácticos son los medios y recursos que facilitan el proceso de enseñanza aprendizaje, dentro de un contexto educativo, estimula la función de los sentidos para acceder más fácilmente a la información, adquisición de habilidades y destrezas así como la formación de actitudes y valores

Al documento en que se registra el contenido del mensaje, así como los aparatos utilizados para emitirlo se consideran materiales didácticos.

Con el fin de enriquecer esta afirmación revisaremos algunos autores:

Margarita Castañeda nos dice: "Un medio es un recurso de instrucción que proporciona al alumno una experiencia indirecta de la realidad, y que implica tanto la organización didáctica del mensaje que se desea comunicar como el equipo técnico necesario para materializar este mensaje".

En opinión de Meredith nos define: "Un medio educativo no es meramente un instrumento sino una organización de recursos que media la expresión entre maestro y alumno".

También Allen nos aporta su definición al considerar el material didáctico como: "Un recurso instruccional que representa todos los aspectos de mediación de la instrucción a través del empleo de eventos reproducibles. Incluye materiales, los instrumentos que llevan a esos materiales a los alumnos y técnicas o métodos empleados".

Entonces podemos decir que un medio educativo y recursos de instrucción surgen como sinónimos y además tienen la función de mediar el aprendizaje,

Un medio es un recurso instruccional que proporciona al participante una experiencia indirecta de la realidad que implica, tanto la organización didáctica del

mensaje que desea comunicar, como el equipo técnico necesario necesariamente para materializar ese mensaje.

5.2. PASOS PARA LA FORMULACIÓN DE MANUALES

Para desarrollar este punto, se tomó en cuenta la propuesta de Jesús Carlos Reza Trosino²³. El cual expone algunas ideas para la elaboración de manuales para participantes útiles para la capacitación, la cual me pareció apropiada para los fines convenientes de este trabajo.

Este autor muestra un proceso sencillo para la obtención de información que facilite el diseño y preparación de los manuales de instrucción. La metodología la denomina proceso de generación de información. En esta metodología los pasos a seguir para generar, obtener, analizar, interpretar y presentar datos e información pertinente para el diseño y elaboración de procesos y programas de entrenamiento son:

a) Determinación de requerimientos de información.- *En esta etapa se precisan las necesidades de información que es necesario generar e interpretar, en términos de lo que se pretende exponer en el manual. Se determinan los propósitos del trabajo y se delinea el problema. Se caracteriza al usuario de la información o participante.*

Para fines del presente manual se partió de una necesidad manifiesta, esta necesidad, como ya se mencionó, es la de capacitar personal que cuente con un perfil para organizar y coordinar eventos de capacitación con excelentes resultados. Posteriormente se determinó que tipo de información se requería para la realización de un manual para el participante que apoyara como material didáctico e informativo. En esta primera etapa también se determinó al tipo de participantes a los que sería dirigido, tales como pedagogos, psicólogos, administradores, y todas las personas afines a el manejo de grupo y desarrollo del factor humano. Se determinó el objetivo principal del manual donde se pretende que *el participante analice y aplique los procedimientos que son necesarios para lograr óptimo resultados en la planeación, organización y desarrollo de congresos, convenciones y eventos de capacitación*". Y finalmente para darle un mayor valor a el manual fue revisado por personas expertas en este tema para que con la revisión del mismo se proporcionaran opiniones o puntos de vista para enriquecer el manual.

b) Organización del manual.- *La primera actividad de esta etapa consiste en formular un cronograma de actividades para guiar los caminos del trabajo. Por lo tanto se realizó a continuación se presenta cronograma que sirvió para la organizar y el desarrollo del manual.*

²³ REZA Trocino, Jesús Carlos. "El capacitador Hábil", Edit. Panorama, México, 1998.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividad	Tiempo de inicio	Tiempo de término	Responsable
Determinación de de requerimientos de información	1 de marzo	9 de marzo.	Erika Beltrán Pérez y Lic. Javier Vega Rugerío
Revisión de bibliografía.	12 de marzo	16 de marzo	Erika Beltrán Pérez
Recopilación de información valiosa para el manual.	19 de marzo	23 de marzo	Erika Beltrán Pérez
Entrevistas con personal especializado.	26 de marzo	30 de marzo	Erika Beltrán Pérez
Entrevistas a Hoteles.	2 de abril	6 de abril	Erika Beltrán Pérez
Entrevista con la Revista <i>Destinos & convenciones.</i>	9 de abril	12 de abril	Erika Beltrán Pérez
Organización de la información.	23 de abril	27 de abril	Erika Beltrán Pérez
Desarrollo de los temas.	2 de mayo	7 de mayo	Erika Beltrán
Captura de información.	8 de mayo	31 de mayo	Erika Beltrán
Formato personal de la información.	1 de junio	6 de junio	Erika Beltrán
Diseño personalizado del manual.	7 de junio	11 de junio	Erika Beltrán,
Primera revisión y corrección del manual.	12 de junio	14 de junio	Lic Javier Vega Erika Beltrán
Segunda revisión.	14 de junio	15 de junio	Lic. Javier Vega
Segunda corrección.	16 de junio	18 de junio	Erika Beltrán Pérez
Tercera revisión.	19 de junio	20 de junio	Lic. Javier Vega
Tercera corrección.	21 de junio	13 de junio	Erika Beltrán Pérez
Entrega definitiva del manual.	25 de junio	25 de junio	Erika Beltrán Pérez

c) Captura de información.- *Una vez que se revisa la bibliografía y se recopila la información de distintas fuentes se va capturando según el orden de los temas acordados.*

Se revisó la bibliografía básica necesaria y se determinaron los indicadores a seguir para obtener información valiosa. Además de la investigación documental que se realizó en la biblioteca de la Facultad de Psicología, Facultad de Pedagogía, Facultad de Administración de Empresas, Ciencias Políticas, Sociales y en la biblioteca Central de la Universidad Nacional Autónoma de México; Se recurrió a entrevistas con la editorial de la revista "Destinos & Convenciones", hoteles como el Royal, Sheraton México, Paraíso Radisson; quienes proporcionaron información valiosa acerca de la logística de un evento, y finalmente se obtuvo el apoyo de personas que trabajan en el medio de los congresos y convenciones, quienes dieron opiniones y aportaciones al trabajo así como también correcciones, Mtro.. Javier Vega Rugerio, Dr. Jaime Grados Espinosa y el Mtro. Aurelio Ramírez Gutiérrez. Lo anterior se realizó contemplando la actualización de la información recabada.

d) Tratamiento de la información.- *En esta etapa lo que se debe realizar es la transformación de las observaciones y de la revisión bibliográfica en datos e información útil.*

La información del manual se capturó en un lenguaje sencillo, el cual permitirá ser leído de acuerdo al nivel académico y la disciplina a la que va dirigido, esto es, tomar en cuenta la generalidad en las características de los participantes. Su interpretación no se excedió sólo en copia textual de un documento a otro, se utilizaron gráficas, cuadros sinópticos, ejemplo, viñetas, etcétera, para enriquecer el manual y este se mostrara más didáctico. y no sólo una recopilación de textos o teorías fragmentadas.

e) Soporte o disseminación de la información.-*Pensando en que los usuarios finales de la información son aquellas personas que utilizarán y emitirán sus juicios acerca del manual realizado, o quienes puedan tomar alguna decisión tendiente a replantearlo, se torna prudente materializarlo en un documento escrito o manual, en un disquette, en un audiovisual, en un programa de T:V: o en una audioconferencia que satisfaga los requerimientos de información indispensables para que se dé el proceso educativo completo.*

En este caso con la información que se desarrollo, se realizó un manual para fines de formar personas que se interese n en la organización y coordinación de eventos de capacitación; así mismo la información se encuentra organizada en un disquett, para su revisión y corrección, a fin de que se enriquezca su contenido.

5.3. SEIS CONSIDERACIONES PARA LOS MANUALES DE INSTRUCCIÓN

Carlos Reza Trosino nos menciona en su libro "Cómo desarrollar cursos de capacitación y desarrollo de personal" *, que un buen diseñador de manuales, con un poco de práctica, paciencia y conocimientos, puede formular manuales e instrumentos educativos, dignos de ser utilizados por distintos grupos a formar o perfeccionar.

Una forma sencilla de lograr lo antes dicho es utilizando el método de los seis pasos de Haddad (1970)*, aplicando inicialmente la exposición o la microenseñanza el cual sigue la secuencia siguiente:

7	Primer paso:	El principio
	Segundo paso:	El puente de conexión
	Tercer paso:	El desarrollo del tema
	Cuarto paso:	La demostración del tema
	Quinto paso:	El resumen
	Sexto paso:	El mutis volutivo

1. El principio

Sabemos bien que todo tema tiene que empezar, y que muchas veces esto es lo más complicado, ya que la primera impresión jamás se olvida y que no hay una segunda oportunidad para una primera impresión. Por lo que al redactar los manuales de apoyo didáctico es muy importante que se realicen de la mejor manera posible no olvidando que este es parte del apoyo en el proceso educativo. Hay que recordar que lo que empieza bien, bien acaba, y podemos ganar mucho si desde un inicio se capta la atención del participante.

Una de las formas idóneas para empezar un manual son:

- ☺ Con una frase célebre
- ☺ Con una idea central
- ☺ Lanzando una pregunta
- ☺ Con un Pre-test
- ☺ Con una anécdota real o imaginaria
- ☺ Con un relato histórico o legendario
- ☺ Con un pensamiento propio o ajeno.

En el caso de este manual se optó por iniciar con un *pre-test*, que es una serie de preguntas elaboradas en relación a lo que el participante debe conocer

con respecto al tema antes de haber trabajado con el manual., en este caso con lo que respecta a la coordinación de congresos, convenciones y eventos de capacitación. El participante lee y contesta las preguntas en base a los conocimientos previos con los que él cuenta; conforme lo vaya resolviendo él mismo identificara lo que sabe, lo que no sabe, lo que posiblemente cree saber y lo que le falta por aprender. Al identificar lo anterior surgirá un sin número de dudas e inquietudes que deseará resolver o actualizar, por lo que estará interesado en revisar el manual de principio a fin, tales cuestionamientos se irán aclarando durante el proceso de su capacitación.

Además de considerar el *pre-test* como "**principio**" no quise restarle importancia, al principio de cada capítulo del manual, por lo que al inicio de cada uno de estos se consideraron *frases célebres* que tuvieran cierto impacto y que provocaran buena sensación en las personas que lo leen, generando cierta motivación a continuar en el proceso de aprendizaje.

2. Puente de conexión

El segundo paso del método es el puente de conexión, este se refiere al vínculo que se establece entre el escritor del manual y sus lectores, esto es, entre el instructor y sus participantes. Su propósito es para despertar el interés por el tema que va a tratarse.

Este paso se llevó a cabo en la introducción ya que en ella se describirá brevemente el tema que se va a tratar en el curso con el apoyo del manual, se expresará el objetivo que se pretende lograr al revisar el manual, así como también el esquema que se seguirá o que se tratará.

3. El desarrollo del tema

Para desarrollar el tema y organizarlo, se realizó lo siguiente:

Dentro del manual se puede observar la elección de temas de acuerdo al tema principal y con base a esto se desarrollaron objetivos de aprendizaje observables y alcanzables por cada tema, para que no se perdiera de vista lo que el participante tiene que aprender .

Se establecieron límites en cuanto a la temporalidad del aprendizaje, el espacio y los momentos en los que se trabajarían. El manual se puede leer de principio a fin en una semana o menos, sin embargo no se pretende que sólo sea un instrumento de lectura o de revisión , sino que se trabaje a la par con el tema que se está tratando, es decir poner en práctica lo que se está viendo en determinado tema dentro de la realización real de un evento, así el coordinador se prepara para la etapa en la que en su momento se encuentra dentro de un evento, por lo que consulta el manual, identifica las actividades a realizar y las pone en práctica, si en

algún momento surgen dudas estará el coordinador general (con experiencia) lo orientará. Esta técnica de teoría práctica nos permite identificar más rápidamente el avance en el aprendizaje y el logro de los objetivos de cada tema. La capacitación no se da en una semana en determinadas horas, sino que se lleva a cabo en conjunto con un Evento por lo que la misma dura el tiempo en que se realiza la organización, planeación y realización de un evento.

Para realizar este manual se tuvo que realizar en distintas ocasiones. Partí de una idea la cual fui desarrollando inicialmente con mi experiencia personal y profesional en este tipo de eventos de capacitación. Se inició con un borrador anotando lo que recordaba inmediatamente en base a mi preparación que poseía.

Posteriormente formulé un segundo apunte en el que revisé con detalle el material y fui recordando otra información que iba anotando conforme leía, por el momento no me preocupe por el orden en el que me aparecían las ideas. Sólo vacié mi mente y mi experiencia haciendo un análisis a fondo de lo que recordaba y escribía.

En una tercera etapa consulté distintas fuentes de información tales como libros, revistas, archivos, manuales, revistas, personas que organizan eventos de capacitación y que tienen tiempo en esto, hoteles que organizan la logística de congresos y convenciones.

Analiqué con cuidado cada una de las ideas e información que se fue generando durante el proceso que inicie arriba mencionado.

Elegí las ideas e información que estaban íntimamente relacionadas con las dimensiones de cada tema que pretendía desarrollar.

Realicé un primer intento de ordenamiento de la información.

Revisé con minuciosidad y severidad que el ordenamiento cumpliera con los propósitos del tema.

Finalmente logré un ordenamiento definitivo en donde cuidé que los temas fueran de interés, actualidad pero sobre todo que fueran aplicables a la necesidad que se manifestó en un inicio y se formaran coordinadores de congresos, convenciones y eventos de capacitación.

4. La demostración del tema

Esto es muy importante para el manual o cualquier escrito, ya que si bien la mayor parte de este manual está basado en la experiencia profesional que he desempeñado, también es importante sustentarlo con aportaciones de otros documentos o autores que avalen lo que yo estoy proponiendo.

5. El mutis evolutivo

En esta última parte se pretende que quien escribió el manual mueva voluntades de sus lectores hacia un cambio de actitud, lo que demostrará que efectivamente hubo cambio de actitud.

como lo he mencionado con anterioridad el manual que se presenta tiene como intención ser una herramienta de compañía durante todo un proceso real en todo lo que acontece en la organización de un evento de capacitación, de no presentarse esta oportunidad para identificar lo que se ha esta aprendiendo, se anexó un Pos-test que permite valorar al participante y al instructor lo que se aprendió a lo largo de la capacitación.

Otro aspecto que consideré fue las evaluaciones formativas al término de cada capítulo. Una forma para la evaluación y autoevaluación del aprendizaje que el participante fuera adquiriendo durante el trabajo con el manual.

5.4. ESPECIFICACIONES GENERALES PARA LA ELABORACIÓN DE MANUALES.

Portada. Se debe colocar el nombre de la empresa, logotipo, título del material, nombre del autor o responsable y año en que fue realizado.

Portadilla. Tipo de lectores a los que va dirigido, objetivo instruccional.

Páginas interiores. Índice, introducción, objetivos específicos, desarrollo de cada tema, pre-test, pos-tes, conclusiones, anexos y bibliografía.

Usos. El manual de instrucción es de gran utilidad para el instructor y el participante. Sirve para orientarlos respecto a la secuencia del curso.

Es de gran utilidad para apoyar las técnicas d enseñanza-aprendizaje, como lectura comentada y estudio de casos. Sirve como material de consulta durante el curso y después de éste.

VENTAJAS

- Se puede hacer académico o coloquial, de acuerdo con el estilo del instructor.
- Queda como ejemplo para los participantes, de cómo se puede diseñar un buen manual.
- Permite preverle clima del curso, las participaciones, las técnicas que se van a utilizar, otros apoyos, etc.
- Si está bien diseñado puede ser empleado por otro instructor.
- Se puede hacer profundo o superficial, según el propósito del instructor.
- El índice permite ordenar la secuencia de los temas.

-
- Del manual pueden derivarse la implementación de otras técnicas como lectura comentada, corrillos, rejilla, debate dirigido, etc.
 - Se pueden incluir fotocopias y acetatos.
 - Es el apoyo por excelencia de la enseñanza programada.
 - En relación con otros apoyos didácticos, este es uno de los más económicos.
 - El instructor o el participante pueden manejar la información en el orden que les parezca más conveniente; por ejemplo: puede empezar e por el tema 3, y seguir el 6 y regresar al 1.

RECOMENDACIONES

- ✍ Prepararlo con anticipación, mandando prioridades del tema.
- ✍ Hacer acopio de los datos cualitativos.
- ✍ Aprovecharlo para poner: mensajes, gráficas, datos estadísticos, ilustraciones, cuadros sinópticos ,mapas, esquemas, etc.
- ✍ Anexar la evaluación de la enseñanza, (pretest, postest o evaluación de cada tema).
- ✍ Entregar el manual completo e ir agregando más información a juicio del instructor.

5.5. MANUAL PARA LA FORMACIÓN DE COORDINADORES DE CONGRESOS, CONVENCIONES Y EVENTOS DE CAPACITACIÓN.

El siguiente manual tiene como finalidad proporcionar una herramienta que facilite la planificación, organización, ejecución y evaluación de cualquier tipo de evento, ya sea local, regional, nacional o internacional.

El manual tendrá como primordial función, ser una guía práctica de trabajo que comprende un método lógico y efectivo para organizar actividades interrelacionadas, mediante un proceso sistemático. Contempla las funciones generales y específicas de un coordinador de eventos de que son necesarias para la exitosa realización de congresos y convenciones.

Se pretende dar respuesta a las preguntas de ¿cómo? y ¿quién? será el encargado de realizar dicha tarea.

La realización de dicho manual cubre la necesidad que presentó ETESA en cuanto a la formación de especialistas que coordinen eventos con calidad para obtener el éxito de los mismos, planteando una alternativa para los profesionistas

interesados en dicha área utilizando principios metodológicos en la planeación, ejecución y seguimiento de eventos de capacitación.

Con su estructura y enfoque, este manual pretende convertirse en un instrumento activo de consulta diaria, antes, durante y después de la realización de un evento.

5.5.1. METODOLOGÍA EMPLEADA EN LA REALIZACIÓN DEL MANUAL

El formato de este manual se elaborará con base a los siguientes componentes didácticos:

- Título
- Presentación
- Pre-test
- Objetivo general del manual
- Temario
- Objetivos específicos por capítulo
- Información
- Retroalimentación
- Pos-test
- Glosario de términos
- Bibliografía

El proceso de elaboración del manual fue el siguiente:

Título: Se eligió de manera que a partir de éste se especificara el contenido general del manual, así como su utilidad y sus limitaciones. "Formación de Coordinadores de Congresos, Convenciones y eventos de Capacitación".

Presentación: Esta parte está dedicada a quienes se muestran interesados por conocer los procedimientos claves para ser coordinadores; así como también para las personas seleccionadas a cubrir dicho puesto. Se les da la bienvenida.

Pre-test: En esta prueba diagnóstica se formula preguntas que miden los conocimientos del candidato antes de recibir capacitación y/o de consultar el manual.

Elaboración de objetivos: La elaboración de objetivos se realizó tomando como referencia los verbos en la categoría del dominio cognoscitivo de la taxonomía de Brnjamin S. Bloom. Cada capítulo cuenta con sus objetivos específicos.

Temario: Se realizó tomando en cuenta la sistematización de la información del manual para garantizar una apropiada consulta una mejor consulta.

Información: El contenido de este manual fue elaborado con base en la investigación documental de revistas, folletos, manuales y sobre todo de mi experiencia y la de personas involucradas en este medio como el Lic. Javier Vega Rugerio, Aurelio Ramírez Gutiérrez, entre otros, así como también la valiosa participación de las personas que trabajan en los hoteles.

La información está clasificada por capítulos que se enlazan entre sí, la información se presenta en forma de lecturas, así como anexos que ejemplifican el diseño y práctica de la información. La información se vuelve dinámica ya que se puede consultar sin necesidad de partir desde el principio, esto es consultar el capítulo o tema de interés. Se puede empezar en el capítulo tres y luego pasar al primero y continuar con el cuarto, etc. Así como también iniciarlo de principio a fin; y lo más importante de ambas modalidades por las que se opte, es de que por capítulo o por tema se puede combinar con la práctica, que de alguna manera es la finalidad de éste manual: trabajar lo teórico con lo práctico.

Retroalimentación: Esta es importante y se llevará al término de cada capítulo con la finalidad de que el participante tenga una autoevaluación y una retroalimentación acerca de lo aprendido.

Pos-test: Al final se presenta una serie de preguntas (las mismas del pre-test). De los contenidos revisados en el manual para verificar se lograron los objetivos y la confrontación de los conocimientos que se tenían antes de revisar el manual y los que se obtuvieron al consultar el manual.

Glosario de Términos: Este se realiza con la finalidad de que el participante se familiarice y maneje los términos empleados en ésta campo de trabajo.

Bibliografía: En ella se especifican los documentos consultados. Ampliando la posibilidad de que el participante consulte más ampliamente algún tema de su interés.

A continuación se presenta el manual: "Formación de Coordinadores de Congresos, Convenciones y Eventos de Capacitación", que se realizo como parte de una actividad profesional dentro de la empresa Estrategia y Técnica empresarial. Gran parte dela información de éste manual es la experiencia práctica que viví y trabajé como coordinadora de capacitación. Por ello el informe académico de actividad profesional que presento en su mayoría es lo que también a continuación presento aún cuando lo redacto para fines de la lectura del manual, el proceso que aquí presento para la planeación y coordinación de congresos y eventos de capacitación es lo que realicé en conjunto con mis compañeros del despacho y mi jefe inmediato cuando se pone en marcha algún evento.



ESTRATEGIA Y TÉCNICA EMPRESARIAL S.A. DE C.V.

MANUAL

**FORMACIÓN DE COORDINADORES DE CONGRESOS,
CONVENCIONES Y EVENTOS DE CAPACITACIÓN.**



**Responsable del Manual: PEDAGOGA: ERIKA BELTRÁN PÉREZ
2001.**

PRE-TEST

1. ¿Qué funciones realiza un Coordinador de Congresos y Convenciones?
2. ¿Cuáles son las habilidades y funciones principales de un coordinador de Congresos y Convenciones?
3. Define que es un Congreso y Convención:
4. Menciona las características principales que debe obtener un Programa General de Congresos y Convenciones o cualquier otro evento relacionado.
5. ¿Cuáles son las principales características que se consideran para elegir y contratar el lugar sede para la realización de un Congreso?.
6. ¿Qué aspectos fundamentales se deben considerar en una visita de inspección?.
7. ¿Qué son las Relaciones Públicas y cuál es su importancia en los eventos?.
8. Menciona los medios más comunes para la difusión de un congreso y defínelos:
9. ¿Cuáles son las actividades que se llevan a cabo en el registro de participantes antes y durante el evento?.
10. Menciona las técnicas grupales más utilizadas en los congresos:
11. ¿Qué equipos y materiales de apoyo didáctico son los más requeridos en un congreso:
12. Describe 5 tipos de montaje que pueden ser empleados en un congreso o convención

FORMACIÓN DE COORDINADORES DE CONGRESOS, CONVENCIONES Y EVENTOS DE CAPACITACION"

OBJETIVO GENERAL

El participante analizará y aplicará los procedimientos que son necesarios para lograr óptimos resultados en la planeación, organización y desarrollo de congresos, convenciones y eventos de capacitación.



TEMARIO

PRE-TEST	2
OBJETIVO	3
PRESENTACIÓN	7
INTRODUCCIÓN	8
1. LOS CONGRESOS Y LAS CONVENCIONES	
OBJETIVOS	10
1.1 Antecedentes	11
1.2 Definición y características de los Congresos y las Convenciones	11
Autoevaluación	14
2. EL ORGANIZADOR Y EL COORDINADOR DE CONGRESOS, CONVENCIONES Y EVENTOS DE CAPACITACIÓN. (OCC) Y (CCC).	
OBJETIVOS	15
2.1. Perfil del coordinador de eventos de capacitación	16
2.1.1 Definición	16
2.1.2 Características	16
2.2. El Organizador de Congresos y Convenciones (OCC) y el Coordinador de Congresos y Convenciones. ¿Quiénes son y que hacen?.	19
Autoevaluación	26
3. OPERATIVIDAD DE LOS CONGRESOS Y CONVENCIONES	
OBJETIVOS	27
3.1. ¿Cómo operan los Congresos y las Convenciones?	28
Autoevaluación	37
4. ELABORACIÓN DE PROGRAMAS	
OBJETIVOS	38
4.1. Selección de la temática general del evento	39
4.2. Programa general de trabajo	41
4.3. Selección de conferencistas	44
Autoevaluación	49
5. DEFINICIÓN DE LA SEDE	
OBJETIVOS	50
5.1 ¿Cómo elegir la sede?	51

5.2	Selección de lugares: centro de convenciones, hoteles	52
5.3	Visitas de inspección	55
5.4	Contrato de hotel	57
Autoevaluación		61
6. ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS		
OBJETIVOS		63
6.1	Cotización de los lugares, servicios y materiales que se requieran	64
Autoevaluación		67
7. COORDINACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS		
OBJETIVOS		68
7.1	Importancia de las relaciones públicas	69
7.2	Invitación a participantes y elaboración de directorios	70
7.3	Invitados especiales, ponentes magistrales y de mesa	71
7.4	Edecanes, maestros de ceremonias	71
7.5	Sistema de registro	73
Autoevaluación		76
8. IMPORTANCIA DE LA PUBLICIDAD Y LA DIFUSIÓN DEL EVENTO		
OBJETIVOS		77
8.1	La publicidad	78
8.2	Medios de comunicación que apoyan en la difusión	78
Autoevaluación		83
9. DISEÑO Y ELABORACIÓN DE IMPRESOS Y MATERIALES		
OBJETOS		84
9.1	Material para el participante	85
9.2	Memorias	87
9.3	Reconocimientos	89
Autoevaluación		91
10. TÉCNICAS UTILIZADAS EN CONGRESOS		
OBJETIVOS		92
10.1	Las técnicas grupales empleadas en los congresos	93
Autoevaluación		96
11. LOS AUXILIARES DIDÁCTICOS EN CONGRESOS Y CONVENCIONES		
OBJETIVOS		97

11.1. Características y uso de los auxiliares didácticos.	98
Autoevaluación.....	103

12. LOS DETALLES QUE NO SE DEBEN OLVIDAR

OBJETIVOS.....	104
12.1. Creatividad: Un ingrediente importante en los eventos.	105
12.2. Principales insumos para la realización de un evento.	106
12.3. ¿QUÉ HACER? Quejas y sugerencias de los participantes.	109
12.4. Cómo dirigirse a las personas que presentan algún tipo de discapacidad.	111
12.5. Sugerencias y recomendaciones.	112
Autoevaluación.....	114

13. TRANSPORTACIÓN

OBJETIVOS.....	115
13.1 ¿Cómo elegir el transporte adecuado?.....	116
Autoevaluación.....	119

14. EVALUACIÓN DE LOS EVENTOS

OBJETIVO.....	120
14.1. Algunas consideraciones para la evaluación de los eventos.....	121
Autoevaluación.....	124

15. MONTAJES

OBJETIVOS.....	125
15.1. Características de los diferentes tipos de montaje en la realización de un evento de capacitación.....	126

ANEXOS.....	131
-------------	-----

POST-TEST.....	132
----------------	-----

GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	133
---------------------------	-----

RESPUESTAS DE LAS AUTOEVALUACIONES.....	137
---	-----

BIBLIOGRAFÍA.....	139
-------------------	-----

*La oportunidad favorece
A quien está preparado
(Luis Pasteur)*

PRESENTACIÓN

El presente manual tiene como objetivo: servir de guía a todas las personas interesadas en desarrollar la función de coordinador de congresos y convenciones y que tengan las habilidades necesarias para: planificar, organizar, ejecutar y evaluar un evento.

Encontrarás la parte teórica enriquecida con experiencias, la cual te permitirá consultarlo en el momento que desees y así dirigir tus ideas y-o aclarar dudas.

En Estrategia y Técnica Empresarial, S. A. De C. V. , consideramos que encontrarás respuestas a muchas situaciones que se viven en este tipo de eventos, por lo que además tendrás la oportunidad de estudiarlo previamente , de acuerdo a las acciones a seguir en un evento, así como también durante el desarrollo del mismo y de esta manera enriquecer con tus propias experiencias el momento que estés viviendo del proceso.

El manual te ayudará en la tarea diaria de la excelencia en el desarrollo de eventos, misma habilidad que desarrollarás tú mismo o tú misma, para el mejor funcionamiento de la empresa que representas.

No olvides que en ETESA trabajamos con la filosofía de: **Ofrecer**
Servicios integrales basados en la calidad, productividad y la
Competitividad.

Y para conseguirlo no olvides tener siempre presente nuestros valores:

RESISTENCIA, PERSISTENCIA Y CONSTANCIA.

BIENVENIDA

ABIENVENIDO

INTRODUCCIÓN

El hombre, al poseer la capacidad de actuar intencionalmente, establece contacto con otros seres humanos a través de los medios de comunicación masivos con objeto de satisfacer las necesidades de información de diversos tipos, para lograr tal fin, se tuvo que unir a otros semejantes para crear la fuerza de un grupo de trabajo que desarrollara en forma coordinada, metas e intereses.

Desde tiempos muy remotos el concepto unión es la base para que surja otro concepto denominado asociación, entendiéndolo por ello a las personas que se vinculan para formar un grupo con el firme propósito de trabajar para obtener un beneficio mutuo.

A través del tiempo estas asociaciones han evolucionado debido a los adelantos técnicos, científicos y sobre todo a los intereses particulares. Dada la necesidad de comunicar sus adelantos, formas de trabajo, entre otras cosas, es en 1682 cuando se celebra el Primer Congreso Médico Internacional en la ciudad de Roma.

Posteriormente a mediados del siglo XVIII los congresos se convirtieron en un tipo de evento muy común, organizándose con todas sus deficiencias que ello representa al carecer de los mecanismos para realizarlos.

La constitución de grupos surge cuando las personas se dan cuenta de que sus objetivos no se pueden lograr de forma individual, de tal forma que los individuos se agrupan en función de las relaciones personales, así:

Los grupos están conformados por "seres humanos en relación recíproca y que interactúan constantemente. Para poder tipificarlos, han de estar vinculados por características afines, de manera que deben integrarlos personas a quienes les ligan y comparten intereses comunes, que pueden ser culturales, actividades de servicio, ponencia, credo y aficiones individuales.

Lo congresos y las convenciones funcionan a la manera de un grupo organizado para la consecución de un fin común y su característica principal es la homogeneidad de sus intereses.

En este sentido, las convenciones, los congresos, los seminarios, los foros, etc. Son eventos de comunicación y de convivencia que, en un destino geográfico y en fecha preestablecida, reúne a un grado de personas que comparten un interés común y cuya presencia obedece al afán personal, propósito de una empresa de proporcionar convivencia, superación, **capacitación**, educación o conocer nuevos procedimientos o productos.

Encontrar un buen coordinador de eventos no es fácil, ya que se requieren de diferentes habilidades y conocimientos para hacer un buen trabajo; tiene que ser un profesional con experiencia en eventos de esta naturaleza, con amplio criterio y sentido común para manejar diversas situaciones, debe tener habilidad para el manejo de personal, una mente innovadora y creativa para tomar decisiones, y suministrar ideas productivas y tener capacidad coordinadora, para poder llevar a cabo eficientemente su responsabilidad.

Además, debe ser metódico, pragmático, detallista flexible, organizado, tener sentido del humor, cultura general y buena reputación.

Para que logre que un evento cumpla con los objetivos planteados requiere de la coordinación eficiente de muchos y variados detalles, no es sencillo, pero con un buen equipo de trabajo y una adecuada división de funciones se puede cumplir con los objetivos planteados.

En todo tipo de empresa pública o privada, se realizan eventos como son: reuniones de trabajo, asambleas, exposiciones, cursos, conferencias, congresos, convenciones, etc. Las cuales requieren de

una serie de apoyos para su buena realización. El objetivo de estos apoyos es evitar contratiempos cubriendo así la finalidad del evento e inclusive ayudar a lograr el impacto deseado.

Independientemente del lugar donde se trabaje es necesaria la planeación y organización para ofrecer servicios de alta calidad contando para ello con instalaciones, medios y ambiente propicios para la realización de cualquier evento.

Sin embargo, contar con la planeación y organización de los servicios implica realizar esfuerzo precisos para alcanzar los objetivos y metas de la capacitación y desarrollo ya que el éxito de un programa depende no solo de la forma en que sean presentadas las actividades, sino también, de la forma en que se planteen y se presenten las mismas, en función de las características de los participantes, tiempo asignado al programa y disponibilidad de los recursos (humanos, materiales y financieros).

Por lo anterior podemos decir que el coordinador es un mediador que contempla desde los acuerdos de trabajo previo con el instructor como son: programación, invitaciones, confirmación de asistencia, fechas y horarios, hasta los servicios de ordenamiento de aulas, materiales, diplomas, contratación de servicios, servicios de cafetería y en general todas las actividades de supervisión y asistencia ANTES, DURANTE Y DESPUÉS de un evento.

Así, este manual con el que a continuación trabajarás, pretende ser para ti una herramienta valiosa para que la utilices antes, durante y después de un evento.

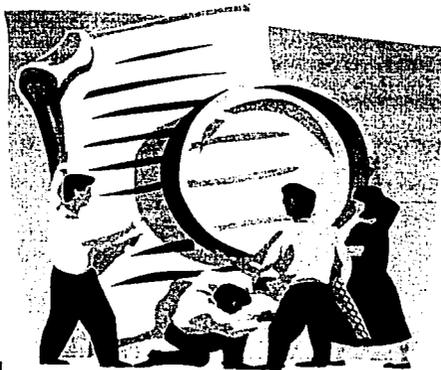


CAPITULO 1

LOS CONGRESOS Y LAS CONVENCIONES

OBJETIVOS:

- ❖ Ubicar la época en que surgió como una necesidad la realización
- ❖ De los congresos y las convenciones.
- ❖ Diferenciar los conceptos: congreso y convención.



"El primer gran presente que podemos entregar a otros es un buen ejemplo"

1. LOS CONGRESOS Y LAS CONENCIONES

1.1. ANTECEDENTES

En la antigua Babilonia hay claros testimonios de la inclinación que los griegos tenían por viajar y reunirse para las fiestas de carácter religioso; más tarde, entre los siglos XIV y XIX se establecieron las bases del turismo moderno y empezaron a surgir los centros vocacionales, lo cual aumentó considerablemente el turismo, de tal manera que después de la Segunda Guerra Mundial el turismo se transformó en un fenómeno masivo, esto incrementó la comercialización, por lo que los empresarios invirtieron en la industria y en técnicas adecuadas de mercadotecnia.

Así mismo, los profesionales del turismo tuvieron que definir el perfil del visitante que deseaban captar y con esto el análisis de las motivaciones se transformó en el objeto de estudio central de quienes hasta la fecha desean atraer el mayor número de turistas a sus regiones.

*Existen, por lo tanto, diferentes tipos de turismo : de descanso, deportivo, religioso, cultural, etc.; sin embargo, uno de los más importantes por su volumen y por la derrama de divisas que representa es el de **congresos y convenciones**. Durante El siglo XVI, los jóvenes ingleses comenzaron a recorrer el continente, con el propósito de complementar su preparación y conocimientos, ya que las experiencias obtenidas enriquecían sus criterios y ampliaban su visión del mundo. Más tarde este tipo de acontecimientos se hizo más común, de modo que a mediados de este siglo se establecieron lugares específicos para celebrar tales reuniones.*

*En Europa se fundaron los palacios de congresos; en 1958 se fundó la Asociación Internacional de Palacios, Exposiciones y Congresos (AIPC), con la misión de establecer contactos estrechos y permanentes, facilitar el intercambio de experiencias, contribuir a las actividades tendientes al desarrollo de la técnica de reuniones internacionales y poner a disposición a los organismos internacionales los elementos necesarios para el éxito de los congresos. En general, en cada país del mundo que compite en el comercio cuenta con lugares especiales (generalmente hoteles *****) para la realización de congresos y convenciones.*

La tendencia moderna consiste en equipar nuevos hoteles con salones de conferencias y reuniones, locales para exposiciones, etc., dotados con los medios necesarios: proyectores, equipo para traducción simultánea, servicios de edecanes, etc.

1.2. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONGRESOS Y LAS CONVENCIONES.

En general los eventos pueden ser internacionales, nacionales, regionales y locales.

Se utiliza el término **evento** para hacer referencia a congresos, seminarios, convenciones, conferencias, foros, coloquios, y reuniones.

A este tipo de eventos concurren básicamente dos tipos de personas que según su desempeño son: Los Conferencistas las personas que exponen los temas (también conocidos como facilitadores) los participantes que acuden a interactuar en el proceso de aprendizaje.

- ❖ **Congresos:** En este tipo de eventos se efectúa la reunión de personas especializadas en un tema de interés general, política o de carácter científico, con el fin de debatir cuestiones previamente fijadas.

Etimológicamente el término **congreso** significa "reunirse". Para la mayoría de nosotros un congreso significa una reunión con el propósito de impartir información, tomar decisiones, resolver problemas, intercambiar información, averiguar hechos, identificar situaciones o planear. Un congreso puede describirse como una fusión de experiencias y opiniones entre un grupo de personas muy calificadas en una determinada esfera, o entre gente capaz de analizar un problema basándose en la información proporcionada por conductores competentes.

- ❖ **Convenciones:** Reunión de personas empresariales cuyo objetivo básico consiste en establecer acuerdos con relación a sus intereses comunes. Este evento congrega a empleados o ejecutivos de grandes empresas o grupos con el propósito de entrenar, capacitar y motivar a su personal. Son obligatorias, frecuentes y cuentan con gran influencia.



Las características principales y las diferencias entre congreso y convención son las siguientes:

CONGRESO

- ✓ El programa está planeado sobre la base de las necesidades y problemas de los participantes, y no de los organizadores.
- ✓ Los participantes concurren a la conferencia sabiendo que van a trabajar y no sólo a oír.
- ✓ En las sesiones de apertura se emplea un poco de tiempo para repasar los objetivos del congreso, los métodos, las responsabilidades de los asistentes, y los papeles que desempeñan los asesores o técnicos, los conductores de grupo y demás personas.
- ✓ Si el congreso es grande, se debe tomar providencias para la formación de grupos pequeños mediante organización de conferencias simultáneas o talleres, a fin de alentar la expresión de las ideas de los participantes.
- ✓ Si la conferencia es grande, se seleccionan y preparan equipos de conducción para ayudar a los grupos del congreso lograr una mayor eficiencia.
- ✓ Durante el congreso se dedica un espacio de tiempo para que los participantes consideren el progreso realizado y para hacer sugerencias para el mejoramiento.
- ✓ La sesión final del congreso se emplea para que los participantes concreten decisiones y compromisos para llevarlas a cabo.

CONVENCION

- ✓ Las convenciones se caracterizan por ser un evento en el que se reúnen personas que deliberan sobre intereses comunes.
- ✓ Este tipo de eventos requieren de salones para sesiones, plenarias, talleres y reuniones sociales.
- ✓ Pueden lograrse hasta con cuatro meses de anticipación.
- ✓ El programa del evento está dominado por sesiones de trabajo.
- ✓ La empresa paga los gastos al participante.
- ✓ Dura entre 3 y 4 días.
- ✓ Se celebran a niveles locales, regionales, estatales, nacionales e internacionales.
- ✓ Agrupan miembros de una comunidad que ejercen la misma profesión, actividad o especialidad, o que comparten un interés común.

AUTOEVALUACIÓN

CAPÍTULO I

Selecciona la opción correcta.

1. En los congresos :

- a) El programa se plantea con base a los intereses, necesidades y problemas de los participante.
- b) La realización del programa surge a través de la necesidad de los organizadores.
- c) Se agrupan miembros de una comunidad que ejercen la misma profesión, actividad, especialidad o con intereses comunes

2. A la reunión de personas empresariales cuyo objetivo básico consiste en establecer acuerdos con relación a intereses comunes, se le conoce como:

- a) congreso
- b) convención
- c) curso

3. Cuando a un congreso acude gran cantidad de personas , lo que se debe hacer en las actividades planeadas es:

- a) Mencionar que sólo los que lleguen primero tendrán derecho a las conferencias.
- b) Rifar los lugares para participar en los talleres como una medida de igualdad
- c) Formar grupos pequeños mediante la organización de conferencias simultáneas o talleres.

4. El término **curso** es sinónimo de **congreso**.

- a) verdadero
- b) falso

5. La realización de los congresos y convenciones se realiza dentro de un auditorio.

- a) siempre
- b) en ocasiones
- c) nunca

CAPITULO II

ORGANIZADOR DE CONGRESOS Y CONVENCIONES (OCC) Y COORDINADOR DE CONGRESOS Y CONVENCIONES (CCC)

OBJETIVOS:

- ❖ *Identificar el perfil del Coordinador de Congresos y Convenciones.*
- ❖ *Distintuir las funciones de un Organizador de Congresos y Convenciones (OCC) y de un Coordinador de Congresos y Convenciones (CCC).*
- ❖ *Identificar y practicar las funciones del Comité Organizador.*



*Había una vez 4 individuos llamados:
Todo el mundo, Alguien. Nadie y Cualquiera
Siempre que había un trabajo importante que hacer.
Todo el mundo estaba seguro de que alguien lo haría:
Cualquiera podría haberlo hecho. Pero Nadie lo hizo.
Cuando Nadie lo hizo. Alguien se puso nervioso porque Todo el mundo
tenía el
Deber de hacerlo.
Al final. Todo el mundo culpó a Alguien cuando Nadie hizo lo que
Cualquiera
Podría haber hecho.*

2. EL OCC Y EL CCC

2.1. PERFIL DEL COORDINADOR DE EVENTOS DE CAPACITACIÓN.

2.1.1. DEFINICIÓN

El coordinador es un mediador que contempla los acuerdos de trabajo previo con el instructor como son: programación, invitaciones, confirmación de asistencia, fechas y horarios, hasta los servicios de ordenamiento de las aulas, materiales, diplomas, contratación de servicios de cafetería y en general todas las actividades de supervisión y asistencia antes, durante y después de un evento.

2.1.2. CARACTERÍSTICAS

Como todas las funciones de una empresa, la capacitación requiere de personas técnicamente preparadas (en carreras afines como pueden ser: Psicología, pedagogía, administración, etc) que conduzcan los eventos encaminados al cumplimiento de planes y programas de capacitación, así como de un COORDINADOR que asista en todo lo necesario a la persona responsable para el logro de tal fin.

Sin embargo, pocas son las personas que poseen el perfil de un coordinador de eventos de capacitación, y aún menos profesionistas formados para cubrir dichas funciones.

A continuación se presenta la descripción del puesto de Coordinador de Eventos de Capacitación, con el fin de contar con el perfil requerido en cuanto a conocimientos, habilidades, experiencia y responsabilidad, garantizando así el óptimo aprovechamiento y desarrollo de recursos.

IDENTIFICACIÓN	<ul style="list-style-type: none">• Denominación del puesto: Coordinador de Eventos de Capacitación.• Adscripción: Departamento de Capacitación y Desarrollo, Subdirección de Recursos Humanos y Materiales.
DESCRIPCIÓN GENÉRICA.	<ul style="list-style-type: none">• Realiza actividades de apoyo y coordinación para los Programas de capacitación.• Asistir en la planeación, programación, control y Evaluación del sistema de capacitación.• Desarrollar habilidades de instrucción

<p>REQUERIMIENTOS DEL PUESTO EN CUANTO A ESCOLARIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Licenciatura en psicología, pedagogía, relaciones industriales, administración de empresas o carreras a fines.</i>
<p>CONOCIMIENTOS NECESARIOS.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Programas de capacitación.</i> • <i>Instrumentación de programas de capacitación.</i> • <i>Aplicación de sistemas de información.</i> • <i>Organización y funcionamiento de la organización de empresas.</i> • <i>Aplicación de instrumentos para la detección de necesidades de capacitación.</i> • <i>Métodos y técnicas de planeación y programación.</i> • <i>Relaciones humanas a nivel directivo y operativo.</i> • <i>Sistema de evaluación y control.</i> • <i>Administración de recursos humanos.</i> • <i>Investigación documental.</i> • <i>Información actualizada sobre temas específicos en su área.</i> • <i>Técnicas didácticas para el manejo de grupos.</i> • <i>Elaboración de material didáctico.</i> • <i>Redacción de proyectos, programas e informes.</i>
<p>HABILIDADES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Planeación de actividades.</i> • <i>Relaciones humanas a nivel directivo, medio y operativo.</i> • <i>Planeación, programación y operación de sistemas, así como modelos de capacitación.</i> • <i>Liderazgo.</i> • <i>Buena presentación.</i> • <i>Facilidad de negociación.</i> • <i>Administración del tiempo.</i> • <i>Facilidad de palabra, vocabulario y dicción.</i> • <i>Manejo de grupos.</i> • <i>Creatividad.</i> • <i>Iniciativa.</i> • <i>Cualidades analíticas, análisis de los diferentes puntos de vista del asunto que se discute.</i> • <i>Imparcial no dejándose influenciar por prejuicios.</i> • <i>Tolerancia.</i> • <i>Empatía: tratar a las personas con mucho tacto.</i> • <i>Seriedad y control de sí mismo: porque debe saber inspirar en el grupo entusiasmo y confianza.</i> • <i>Sentido del humor; para romper tensiones sin perder el respeto por el grupo.</i>

<p>RESPONSABILIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer Con debida anticipación el programa. • Realizar todo su esfuerzo para la óptima realización de los eventos preinaugurales hasta la clausura y seguimiento. • Planear, programar, normar, operar y evaluar el sistema de capacitación.
<p>DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Auxiliar en la Detección de Necesidades de Capacitación. (D.N.C.) • Disponer del material necesario para efectuar las evaluaciones, constancias de asistencia: reproducción de evaluaciones, obteniendo la cantidad necesaria de constancias de asistencia a los cursos referentes al programa y efectuar los trámites necesarios en caso de faltar éstas. • Asistir al desarrollo del evento: realizar el protocolo de inauguración y clausura, supervisar las condiciones óptimas del lugar y asegurar la presencia de los participantes e instructores o ponentes, así como de autoridades invitadas, disposición de apartados necesarios y ayuda en la operación de los mismos, recibimiento de los participantes para propiciar un clima adecuado en el grupo; aplicación y concentración de controles así como de las evaluaciones. • Mantener la comunicación con el instructor o ponente, o encargado del programa, recibir toda información necesaria sobre el programa a realizar; informar sobre actividades y aportar nuevas ideas para nuevos eventos.
<p>RESPONSABILIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer con debida anticipación el programa. • Realizar todo su esfuerzo para la óptima realización de los eventos preinaugurales hasta la clausura y seguimiento. • Planear, programar, normar, operar, y evaluar el sistema de capacitación.
<p>DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Auxiliar en la Detección de Necesidades de Capacitación (D. N. C.) • Disponer del material necesario para efectuar las evaluaciones y constancias de asistencia: reproducción de evaluaciones, obteniendo la cantidad necesaria de constancias de asistencia a los cursos referentes al programa y efectuar los trámites necesarios en caso de faltar éstas. • Asistir al desarrollo del evento: realizar el protocolo de inauguración y clausura, supervisar las condiciones óptimas del lugar y asegurar la presencia de los participantes e instructores así como de autoridades invitadas; disposición de aparatos necesarios y ayuda en la operación de los mismos; recibimiento de los participantes para propiciar un clima adecuado en el grupo; aplicación y concentración de controles así como de las evaluaciones. • Mantener la comunicación con el instructor o encargado del programa; recibir toda la información necesaria sobre el programa a realizar; informar sobre sus actividades y aportar nuevas ideas para nuevos eventos.

2.2 EL ORGANIZADOR DE CONGRESOS Y CONVENCIONES (OCC) Y EL COORDINADOR DE CONGRESOS Y CONVENCIONES (CCC).. ¿QUIÉNES SON Y QUE HACEN?

El Organizador de Congresos y Convenciones (OCC) es el responsable de que se cumplan los objetivos y metas así como de administrar y ejecutar el evento; tiene dos funciones fundamentales, la funcional y la vital. Saber destinar el tiempo adecuado de cada una de éstas, es el éxito de los buenos coordinadores de eventos.

Algunos ejemplos del rol vital y funcional son:

ROL VITAL
☆ Conseguir la mejor sede.
☆ Lograr una excelente asistencia en calidad y número de participantes.
☆ Tener una campaña publicitaria exitosa.
☆ Tener actividades creativas.

ROL FUNCIONAL
☆ Involucrarse en los detalles de la administración y operación, antes, durante y después del evento.

Desde el día en que se inaugura el evento, el OCC no puede abandonar la sede por ningún motivo, que no sea relacionado con el evento.

La función principal del OCC es dirigir y supervisar que los coordinadores de área y su grupo cumplan con sus obligaciones.

La sugerencia de los coordinadores especiales de eventos es que **no hay que asumir o suponer nada**. El coordinador debe preguntar y responder cualquier cuestionamiento, saber qué, cuándo, cómo, porqué y dónde, sobre cualquier detalle relacionado con el evento.

A continuación se comentan las funciones principales del OCC La mayor parte de éstas las lleva a cabo conjuntamente con los coordinadores de área.

Las funciones de OCC son:

1. Realización y desarrollo del evento.

Función: Planificar, organizar, dirigir y controlar la realización de desarrollo del evento.

El coordinador general debe supervisar el trabajo que realice el comité organizador, desde la planificación inicial hasta el término del evento.

Desarrollar un sistema eficiente de coordinación y supervisión , para garantizar que todas las actividades que se lleven a cabo se hagan con un espíritu profesional y de calidad.

Formar un equipo de trabajo que tenga experiencia y capacidad de entregarse, de tiempo completo, a la exitosa consecución del evento.

2. *Políticas, reglamentos, programas y procedimientos.*

Función. Coordinar que se cumplan las políticas, reglamentos, programas y procedimientos establecidos.

En todos los eventos se establecen políticas, reglamentos, programas y procedimientos que hay que cumplir y se deben de dar a conocer con oportunidad a todos los posibles participantes.

3. *Coordinadores de área.*

Función: Coordinar y supervisar a los coordinadores de área.

La buena coordinación y comunicación de los organizadores y responsables de diferentes áreas facilita las labores y el logro de objetivos del evento.

Para eficientar la coordinación entre todos los organizadores, se recomienda tener juntas periódicas para el intercambio de ideas y posibles sugerencias entre los responsables de las diferentes áreas. Se debe transmitir al equipo un espíritu de colaboración entre todo el grupo de organizadores, ya que esto permitirá que el evento tenga mayor calidad.

Definir e implantar sistemas de cooperación y comunicación entre las coordinaciones, antes, durante y después del evento y establecer y automatizar la comunicación y el intercambio de información eficiente asegura la participación de todos y facilita la toma de decisiones.

Cuando se aproxima la fecha del evento las reuniones del comité organizador deben ser con más frecuencia. Y se debe supervisar y evaluar los avances en los programas de cada una de las coordinaciones de área.

4. *Sistemas y procedimientos.*

Función: Sistematizar la planificación, organización, ejecución y evaluación del evento.

Conjuntamente con el coordinador de administración, se debe desarrollar y establecer procedimientos y sistemas para facilitar la realización.

5. *Presupuesto general y flujo de dinero.*

Función: Controlar, autorizar y verificar el uso de presupuesto general y el dinero.

El coordinador general y el de finanzas son los responsables de supervisar el manejo y uso del dinero que ingrese por concepto del evento. Conocer el flujo de caja permite manejar eficientemente las finanzas del evento.

6. Ciudad sede, centro de convenciones y hoteles

Función: Definir la ciudad sede, el centro de convenciones y los hoteles. Conjuntamente con el coordinador administrativo se debe seleccionar la ciudad que cumpla con los requisitos necesarios para organizar el evento.

7. Programas de actividades, difusión y trabajo.

Función: Aprobar los programas generales y especiales de actividades, difusión, trabajo, inauguración y clausura. La intervención del coordinador general y de los demás coordinadores en este punto es indispensable, ya que los programas son la base para la organización y realización del evento.

8. Invitados y ponentes

Funciones: Definir los invitados de honor y especiales, ponentes magistrales y de mesas de trabajo.

9. Capacitación

Función: Supervisar que todo el personal participante en la organización esté capacitado.

FUNCIONES GENERALES DEL OCC

1. Reclutar a los miembros del comité organizador.
2. Definir el nombre del evento, logotipo y lema.
3. Establecer objetivos y metas.
4. Definir políticas, reglamento y procedimientos.
5. Planificar, organizar, dirigir y controlar el evento.
6. Verificar los precios de algunos servicios y productos.
7. Visitar las posibles sedes.
8. Definir método de evaluación.
9. Elaborar el presupuesto preliminar.
10. Diseñar y supervisar el sistema de registro.
11. Supervisar el sistema de alimentación.
12. Definir presidiums.
13. Vigilar la capacitación del personal.
14. Coordinar el cierre del evento.

El coordinador de congresos y convenciones (CCC) tiene como función principal: prevenir y estar listo para cualquier requerimiento del OCC.

Tendrán que utilizar sus habilidades personales dentro el marco específico del ambiente del evento y sobre todo, deben tener tacto y diligencia profesional con los participantes, invitados y ponentes. Además deben propiciar un ambiente positivo de trabajo para obtener la colaboración abierta de quienes estén involucrados en la realización.

Es preferible que el personal sea extrovertido y que se les faciliten las relaciones públicas, ya que se interactúa con muchas personas.

El perfil debe ser en lo posible , similar al del OCC, destacando por su importancia la experiencia que tenga en el área que se le vaya a designar y en la realización de eventos.

Las funciones generales de los coordinadores de área son:

1. Lograr el adecuado cumplimiento de los objetivos.
2. Coordinar los trabajos en su área.
3. Ejecutar el trabajo conforme al programa general previsto, aplicando los procedimientos y técnicas establecidas y con los alcances predeterminados.
4. Detectar las desviaciones del programa y poner en práctica las modificaciones que se vayan autorizando.
5. Formular y organizar toda la documentación oficial y los papeles de trabajo con base en un método previamente establecido.
6. Hacer uso de los recursos con economía, eficiencia y eficacia.
7. Informar al coordinador general de todos los pormenores del evento.

Los CCC se clasifican en comités que permiten un mejor desarrollo, organización y planeación de las actividades, evitando duplicar acciones, pérdida de tiempo, confusiones o no realizar determinada tarea.

Los CCC trabajan bajo la siguiente regla:

1. Comité técnico.

Este comité radica en gran parte el éxito, pues es la responsable de elaborar las conclusiones generales del evento, como resultado del análisis de los diferentes temas que se traten.

Funciones:

- Proponer el tema general del evento y la temática de la mesa de trabajo.
- Planificar, elaborar y difundir el reglamento técnico para la presentación de las ponencias.
- Seleccionar, invita, confirmar, coordinar, programar y atender, la intervención de los ponentes magistrales y de mesa de trabajo nacionales e internacionales.

- *Coordinar, integrar e instalar los equipos y materiales técnicos.*
- *Proporcionar información técnica a los participantes.*
- *Coordinar e integrar la información y documentos técnicos para su difusión.*
- *Captar, evaluar, aprobar, clasificar, seleccionar y distribuir, las ponencias por temas y mesas de trabajo.*
- *Organizar las mesas de trabajo.*
- *Coordinar la elaboración y recopilación de las conclusiones de cada una de las mesas de trabajo.*

II. Comité administrativo

Funciones:

- *Determinar e implantar los procedimientos necesarios.*
- *Elaborar el programa general de actividades.*
- *Elaborar el programa de actividades de acompañantes.*
- *Participar en la selección de la ciudad sede.*
- *Elaborar la convocatoria para elegir la ciudad sede.*
- *Coordinar la selección y contratación del hotel y-o el centro de convenciones.*
- *Coordinación del selección y contratación del personal necesario.*
- *Coordinar el sistema de hospedaje.*
- *Coordinar el sistema de registro.*
- *Coordinar la elaboración de directorios.*
- *Coordinar las adquisiciones y contrataciones.*
- *Coordinar la selección y contratación de los medios de transporte.*
- *Coordinar la selección de salones o lugares donde se llevarán las actividades de inauguración, clausura, ponencias magistrales, mesas de trabajo y alimentación.*
- *Coordinar el sistema de alimentación.*
- *Coordinar la organización del cóctel de bienvenida.*
- *Coordinar la realización de la cena-baile de gala.*
- *Coordinar la elaboración, llenado y entrega de reconocimientos.*

III. Comité de difusión.

Funciones:

- *Definir las estrategias de mercadotecnia y los programas de promoción, publicidad y difusión para un evento y-o exposición.*
- *Promover el evento para lograr la máxima asistencia.*
- *Definir la cuota de inscripción al evento.*
- *Elaborar el folleto promocional.*
- *Definir los medios de comunicación que se va a utilizar.*

- *Facilitar a los medios de difusión el plan de la conferencia, asunto, fecha, lugar, nombres de los participantes y datos bibliográficos antes del evento.*
- *Tener por escrito todos los detalles de las sesiones de trabajo y sociales.*
- *Coordinar las entrevistas entre la prensa y los participantes.*
- *Facilitar el trabajo de los medios de comunicación.*
- *Mantener relaciones armónicas con los representantes de los medios de difusión.*
- *Dirigir la publicidad al mercado de hombres de negocios, de turismo cultural y de tipo vacacional, entre otros espacios.*
- *Realizar un análisis del tipo de participante según las características del evento y así realizar la difusión en el lugar, el medio y con la persona adecuada.*
- *Solicitar, de ser necesario, asesoría a las agencias de publicidad, así como apoyo a la Secretaría de Turismo, a nivel nacional, y del Consejo Nacional de Turismo, a nivel internacional.*

IV. Comité de operación.

Funciones:

- *Concertar y controlar los servicios generales que requieran cada una de las coordinaciones del comité organizador, ponentes, participantes y medios de comunicación.*
- *Proporcionar todas las facilidades al encargado del sistema de información y comunicación.*
- *Coordinar y proporcionar los servicios de computadoras, impresoras, compaginado, fotocopiado y engargolado.*
- *Distribuir materiales e información general.*
- *Coordinar los servicios de bebidas calientes y frías, alimentación y transporte.*
- *Coordinar los servicios de limpieza y mantenimiento.*
- *Coordinar, con todo el personal del lugar sede y-o hotel, todo lo necesario para dar un buen servicio a todas las actividades.*
- *Coordinar el equipo y material que se requiera en el evento.*
- *Coordinar la entrega de materiales de trabajo a los organizadores y a los participantes.*
- *Supervisar y coordinar diariamente la limpieza de los diferentes lugares en donde lleva a cabo las actividades.*
- *Coordinar diariamente el cierre de las áreas en donde se realiza el evento.*
- *Recopilar la información para la elaboración de la memoria.*

V. Comité de relaciones públicas.

La forma e intensidad del trabajo del comité encargado de las relaciones públicas varía mucho, dependiendo de la naturaleza, del tamaño y de la estructura de la organización de un evento.

Funciones:

- *Coordinar la invitación a los diferentes participantes.*
- *Atender a los invitados especiales en cada una de las actividades.*
- *Coordinar el sistema de información y la ubicación de los módulos.*
- *Elaborar los programas y los comentarios para los maestros de ceremonias.*
- *Atender a los ponentes magistrales y a los de la mesa de trabajo.*
- *Coordinar el servicio de edecanes.*
- *Coordinar la ubicación física de las edecanes durante las diferentes actividades.*
- *Coordinar y realizar la invitación a los diferentes medios de comunicación.*
- *Entregar a los medios de comunicación información sobre el evento.*
- *Supervisar los servicios que se proporcionan de prensa.*
- *Elaborar la memoria del evento.*

VI. Comité de finanzas.

Funciones:

- *Responsable del aspecto económico ya que determina cuánto y cómo debe gastarse.*
- *Integrar, elaborar y ejercer el presupuesto general.*
- *Coordinar la contabilidad general, la tesorería y las finanzas.*
- *Elaborar y controlar el flujo de dinero.*
- *Elaborar el presupuesto para montar la exposición.*
- *Controlar los recursos financieros.*
- *Elaborar el catálogo de cuentas para elaborar el presupuesto de un evento.*
- *Presentar el informe financiero.*
- *Determinar los gastos que se han de realizar en: viajes, alojamiento, alimentos y bebidas, locales para las conferencias, material de oficina, medios de comunicación (correo, teléfono, etc.), publicaciones, cortesía y gastos varios.*
- *Debe conocer o planear previamente el costo de productos y servicios.*

AUTOEVALUACIÓN CAPÍTULO II

Selecciona la opción que consideres es la correcta.

1. El coordinador de eventos de capacitación es quien:

- a) Realiza y desarrolla el evento de principio a fin.
- b) Funge como mediador que contempla los acuerdos de trabajo previo con el instructor.
- c) Recluta los miembros del comité organizador.

2. Los diferentes tipos de comités son:

a) Técnico	b) Coordinación	c) Relaciones públicas
Administrativo	Organización	Transportación
Difusión	Relaciones Humanas	Difusión
Operación	Administrativo	Finanzas
Finanzas	Difusión	Coordinación
Relaciones Públicas	Técnico	Operación

3. Forman parte de las funciones del Organizador de Congresos y convenciones:

- a) Coordinar, integrar e instalar los equipos y materiales técnicos.
- b) Elaborar el programa general de actividades y promover el evento.
- c) Establecer objetivos y metas; planificar, organizar, dirigir y controlar el evento.

4. Algunas características que integran el perfil del coordinador de congresos, convenciones y eventos de capacitación son:

- a) Tener habilidades de planeación
- b) Acción, programación, liderazgo, creatividad, tolerancia.
- c) Buena presentación, conocimientos de psicología, honradez y sencillez.
- d) Fuerte carácter, capacidad de controlar dificultades, gentil.

CAPÍTULO III

OPERATIVIDAD DE LOS CONGRESOS Y CONVENCIONES

OBJETIVOS:

- ❖ Aplicar el proceso de operatividad de los Congresos y las Convenciones para garantizar el éxito en los eventos.
- ❖ Identificar la importancia de planificar un evento para lograr una buena coordinación entre las partes que intervienen en la realización del mismo, aumentando las posibilidades de tener resultados positivos.



7 PECADOS CULTURALES

- | | |
|-----------------|--------------|
| 1. IGNORANCIA | NO SE |
| 2. INCAPACIDAD | NO PUEDO |
| 3. APATÍA | NO QUIERO |
| 4. DESCONFIANZA | NO SIRVE |
| 5. MIEDO | NO ME ATREVO |
| 6. DEPENDENCIA | NO ME DEJAN |
| 7. CONFORMISMO | QUE MÁS DA |

3. OPERATIVIDAD DE LOS CONGRESOS Y CONVENCIONES.

3.1. ¿ COMO OPERAN LOS CONGRESOS Y LAS CONVENCIONES?

1. Inspección de la posible sede.



Es importante para lograr el éxito de un evento de congreso o convenciones la inspección del lugar donde se va a realizar. Para ello es conveniente asistir a la sede. Tiene como objetivo verificar el potencial con que cuenta la sede para ofrecer un buen servicio, así como confirmar si se tiene todo lo necesario para el evento. (ver cap., 5 pag.49)

Así mismo la realización de dicha verificación, permite a la sede conocer las necesidades del cliente y establecer una planificación controlada de los servicios desde el inicio del contrato hasta la liquidación total, de acuerdo con la estructuración y políticas establecidas.

2. Confirmación.



A través de una carta u oficio es recomendable solicitar a la futura sede, los precios vigentes de todos los servicios que serán necesarios para efectuar el congreso o convención.

3. Contrato.

Para establecer un punto de partida iniciaremos con el contrato de congresos y convenciones. Como en cualquier contrato que se realiza, éste es un convenio entre partes que se obligan a respetar en términos generales lo estipulado en el mismo, donde la empresa y el promotor y organizador acuerdan la confirmación de hospedaje, alimentación y demás servicios, comprometiéndose a cumplir de conformidad con las condiciones y términos acordados de venta de un servicio de carácter social. (ver cap. 5, pag.51)

4. Forma detallada del evento.

La planeación de un evento deberá diseñarse desde antes de su inicio, exista cancelación o no, es importante tomar las medidas pertinentes del caso. La medida más importante es establecer claramente todos los detalles del evento por el encargado del mismo., con el objeto de conocer desde su inicio los servicios que se requieren. Con esto se pretende organizar la coordinación de otras áreas involucradas dentro de la propia empresa.

Una vez determinadas las necesidades del evento, es necesario que tanto el coordinador como la sede firmen de enterados, con el objeto de anexar los detalles al contrato firmado. A este formato de servicio también se le conoce como lista de control, de verificación o check list.

5. Cancelación.

Cuando existen problemas para desarrollar el evento, se procede a la cancelación, la cual se encuentra o debe encontrarse especificada en el contrato adquirido, y las condiciones estipuladas al respecto. (**ver anexo 1, contrato de hotel**).

6. Memorándum de operación.

Una vez establecidos los servicios,, es conveniente que el coordinador supervise que la sede informe a todas las áreas involucradas para ofrecer sus servicios.

Es importante que el responsable de la sede autorice dichos memorándums y que los coteje con la forma detallada del evento. A este memorándum también se le denomina "Instructivo de Operación", para llevar a cabo el cumplimiento de todos y cada uno de los conceptos que integran este formato, se tendrá que enviar a diferentes áreas, como son: Gerencia general, división de cuartos, alimentos, así como al resto de las divisiones involucradas en el congreso.

7. Seguimiento.

Es la vigilancia del cumplimiento de los términos y condiciones firmadas de conformidad en el contrato.

Su función principal consiste en vigilar:

- Fechas de estancia.
- Depósitos.
- Rooming list (lista de acomodo).

8. Eventos Internacionales.

Cabe destacar algunas consideraciones cuando el evento es internacional:

- Acatar el reglamento de la Secretaría de Turismo.
- Enviar las invitaciones con mucho más tiempo de anticipación del planeado para un evento de tipo nacional.
- Contar con personal capacitado en varios idiomas para que funjan como traductores e intérpretes.
- Conocer los factores políticos que imperan en la sede seleccionada con objeto de facilitar la obtención de la visa, acceso a la prensa nacional e internacional, así como los medios adecuados de transmisión.
- Considerar que un evento de esta magnitud requiere de más presupuesto.
- Informar previamente a los oradores, los idiomas en que se va a traducir su escrito o documento.
- Considerar el cambio de moneda, visado, permisos de entrada, pasaportes válidos, permisos de salidas y vacunas obligatorias.
- Dar a conocer a las autoridades de migración y-o al ministerio de asuntos exteriores del país sede, para la tramitación de permisos de importación temporal y de franquicia para exhibiciones, materiales y equipo para el evento.
- Conocer en forma anticipada la biografía de los oradores, así como sus costumbres y preferencias.

9. Ruta crítica para eventos nacionales.

TIEMPO	ACCIONES
DIEZ MESES ANTES DEL EVENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Selección de la sede. • Contacto con la sede. • Inspección del lugar sede. • Probable fecha del evento. • Cotización de taifas.
OCHO MESES ANTES DEL EVENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Determinación de los fondos con que se cuenta, selección de ponentes y envío de invitaciones a los mismos.
SEIS MESES ANTES DEL EVENTO.	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de contestaciones de los ponentes y selección de los recursos materiales.
CUATRO MESES ANTES DEL EVENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Agenda provisional. • Recepción de ponencias. • Redacción y traducción de documentos. • Ponencias o manuales. • Número y tipo de habitaciones. • Selección de servicios que ofrece la sede. • Verificación de políticas del evento (cancelaciones, inscripciones, anticipos, etc.) • Promoción y publicidad.

DOS MESES ANTES DEL EVENTO	<ul style="list-style-type: none">• Transportación.• Confirmación de la sede.• Impresión de documentos (memorias, diplomas, etc.)• Elaboración de sesiones de trabajo.• Envío de documentos.• Envío de programas e invitaciones a participantes y elaboración de agenda final.
UN MES ANTES DEL EVENTO.	<ul style="list-style-type: none">• Recepción de confirmación de participantes.• Conocer formas de registro para el evento.• Actualización de todos los detalles de la agenda.
QUINCE DIAS ANTES DEL EVENTO	<ul style="list-style-type: none">• Contrato y entrega de la forma detallada del evento.• Verificar que todas las áreas involucradas estén enteradas de la proximidad y detalles del evento.

10. Registro preconvencción.

Antes de realizar la convención habrá que revisar los siguiente:

1. Asignaciones, arreglos y cambios:

- a) Del hotel.
- b) De la oficina de convenciones de la ciudad sede.
- c) Del centro de convenciones.
- d) De las empresas que van a trabajar en la convención.
- e) De las firmas exhibidoras.

2. El programa de convención:

- a) Eventos de trabajo.
- b) Eventos sociales.

3. Facilidades y servicios:

En el registro e inscripciones de participantes de último hora, con la publicidad, con el equipo audiovisual, para la impresión de materiales, de la transportación, de teléfonos, mensajes, personal de seguridad, etc.

4. Material para la convención:

- a) Recibido.
- b) Distribuido.

En el resumen preconvencción se confirmarán todos los arreglos finales, así como las asignaciones o cambios de última hora convenientes para poder llevar a cabo la convencción.

11. Prerregistro.

Son los procedimientos que se contemplarán a la bienvenida y registro de los participantes. Para su realización se debe tomar como base el memorándum o instructivo de operación y acto seguido, armar los siguientes canales de interacción:

- Lista de acomodo o rooming list, contempla el nombre de todos los participantes, lo que permite la asignación de habitaciones y cómo serán compartidas.
- Manejo de las cuentas extra, son las cuentas utilizadas para controlar los gastos extra que no están contemplados en el programa.
- Bloqueo y asignación de las habitaciones, consiste en la reservación de las habitaciones que serán ocupadas por los congresistas.
- Supervisión de las habitaciones, el ama de llaves debe realizar una visita a las habitaciones para confirmar que no exista ninguna avería o desperfecto para poder ser ocupadas en el momento solicitado.
- Preparación de sobres para llaves o tarjetas asignadas, de las habitaciones que serán ocupadas.

Estas actividades son exclusivas del área de recepción, sin embargo, el coordinador del evento también debe conocerlas.

12. Registro.

Es un plan de acción que consiste en ubicar o alojar a todos y cada uno de los participantes al evento en sus respectivas habitaciones, considerando lo indicado en la rooming list. Para lo anterior es necesario utilizar un mostrador como guía de consulta, que a la vez sirva para registrar a los convencionistas con el objeto de no interferir a los turistas que se encuentran en la sede y que no pertenecen al grupo de participantes. (ver cap. 7. pag. 64.).

Si se van a otorgar gafetes, es conveniente entregarlos o prenderlos después de que el participante se registre, así como darle una afectuosa bienvenida.

13. Montaje de salones.

Generalmente es durante la inspección cuando el organizador decide la sala de convenciones que va a utilizar, sin embargo, el organizador del evento dentro del hotel debe considerar los siguientes aspectos:

- | | | |
|----------------|----------------|-------------------------|
| ☆ Comodidad | ☆ Espacio | ☆ Fluidez en el tráfico |
| ☆ Descanso | ☆ Alimentación | ☆ Materiales |
| ☆ Buena visión | ☆ Sanitarios | ☆ Teléfonos |

Con el objeto de proponer lo más adecuado para el evento y disponer el diseño del montaje.

Para realizar tal actividad, el coordinador de congresos y convenciones debe estar en estrecha relación con el encargado de montajes para plantear sugerencias y posibles soluciones.

Por otra parte, el diseñador de montaje preverá los diagramas detallados de las salas con anticipación al eventos, y deberá estar notificado y preparado para realizar cambios imprevistos.

Los montajes consisten en la colocación ordenada de mesas y sillas en función del número de participantes y de la solemnidad del evento que se celebre. (ver cap. 15, pag. 100).

14. Alimentos.

La comida es uno de los factores más importantes en estos eventos, ya que se pueden programar en diferentes categorías: banquets, almuerzo, desayuno, buffet, cóctel (de bienvenida, clausura, etc.) intermedios para café y cena-baile (entrega de incentivos, diplomas, etc.).

El tipo y requerimientos del servicio determinan la asignación del salón. La decoración de éste será en función de la forma y tamaño de las mesas; es de mal gusto disponer las sillas juntas, se sugiere dejar un espacio entre 60 y 90 cm para comer cómodamente, previniendo distancia suficiente entre mesa y mesa. Los centros de mesa deben ser decorativos, no deben obstruir la visión o evitar que la gente platique. La numeración de mesas ayuda a localizar y ubicar a las personas de acuerdo a las necesidades que surjan. En caso de montaje al aire libre se debe contar con un lugar bajo techo, previniendo el cambio de clima.

Es recomendable hacer los intermedios de café (coffee break) en otra sala, pues el montaje distrae la atención de los congresistas. En caso de ser necesario servir el café dentro del mismo salón debe prevenirse que esté el servicio acompañado de todos sus elementos.

Se debe considerar las siguientes cuestiones:

- *El número de comensales es importante en el servicio ya que determinan la complejidad del menú en cuanto a su preparación.*
- *Es necesario programar los menús en forma previa, considerando el posible clima que impere. Los alimentos deben planearse con opciones sencillas de producción, nutritivos y de fácil digestión para evitar problemas estomacales.*
- *Se debe contar con sitios disponibles para convivencias.*
- *Debe existir una comunicación clara entre todos los participantes que prestan el servicio de alimentos.*
- *Es recomendable amenizar los alimentos con música de fondo, así como presentar a los convencionistas el menú seleccionado.*

15. Hospedaje.

Los aspectos más importantes a supervisar son: limpieza, ventilación, funcionamiento de aparatos (teléfono, calefacción, TV, aire acondicionado, radio), alumbrado, jabones, toallas, papel sanitario, pañuelos faciales, cortesías del hotel, folletería, (publicidad reglamentaria).

Un aspecto que debe preverse es el receso o descanso de los convencionistas, ya que sería muy molesto para ellos llegar a su cuarto y que esté sin aseo o que apenas lo estén realizando.

12. Sala de congresos y convenciones.

Se deberá supervisar con anticipación el horario de ocupación, limpieza antes y después de su uso, montaje, cambios de última hora, ventilación calefacción, aire acondicionado, alumbrado, luz directa, materiales, aparatos, reflexión de espejos, cortinas, obstrucciones acústicas, etc.

Es conveniente que el organizador de la convención se apoye en una persona del staff para realizar dicha inspección. Durante las sesiones de trabajo es de suma importancia la privacidad, para ello el coordinador debe de estar en estrecha relación con los responsables de la sede para que este requisito se cumpla.

17. Servicio médico.



Nunca faltan los imprevistos en estos eventos, por lo que toda sede debe brindar a los convencionistas el servicio médico. Si la empresa contratada no cuenta con el servicio, el organizador debe tomar las medidas pertinentes.

18. Servicio telefónico.



Se debe supervisar que las llamadas telefónicas sean atendidas de inmediato por las personas encargadas del conmutador, es aconsejable

que si el convencionista no se encuentra, se le entregue el mensaje cuando llegue en forma inmediata.

19. Exhibiciones

Estas forman parte central (en algunos casos) de los eventos de congresos y convenciones, por lo que no se debe considerar un evento separado sino parte integral del proceso.

20. Evaluación del evento.



Esta evaluación es una actividad muy relevante y, en consecuencia, digna de realizar por el coordinador par detectar la problemática y éxito del evento de congresos y convenciones.

Para detectar los acontecimientos ocurridos es necesario auxiliarse de un cuestionario que nos aporte las conclusiones precisas, comparando todos los elementos involucrados, por ello es necesario que el coordinador diseñe un cuestionario que contenga preguntas concernientes al evento (ver cap. 14, pag. 106 y anexo 12.).

21. Registro postconvención.



En este punto se sugiere preparar un archivo general de todos aquellos documento que se hayan distribuido antes y durante el evento. Con el objeto de intercambiar o actualizar información, es conveniente realizar un directorio de participantes y distribuirlo al final del evento, así como redactar el informe o memoria que perpetúe todas las conclusiones del evento.

22. Evaluación postconvención.

¿Cómo saber que los objetivos y metas del comité organizador se cumplieron? A través de la evaluación al finalizar el evento. Existen diversos instrumentos de evaluación de los que se puede valer el comité ejecutivo para valorar los aciertos y errores que existieron durante la convención respecto a cada uno de los comités.

23. Productividad del evento.

La detección de la productividad del evento debe ser realizada por la persona encargada de finanzas, sin perder de vista que el coordinador de congresos y convenciones deberá conocer y apoyar en su realización hasta donde sea necesario. La productividad permite analizar e interpretar los ingresos y egresos para obtener los datos financieros.

24. Memoria del evento.

Para contar y conservar los elementos, contenidos, experiencias, vivencias y decisiones del grupo, componentes del evento, es imprescindible la elaboración de un documento que contenga dichos aspectos, los cuales permitan en el futuro la reflexión y al mismo tiempo sirvan como instrumento de trabajo.

22. Evaluación postconvención.

¿Cómo saber que los objetivos y metas del comité organizador se cumplieron? A través de la evaluación al finalizar el evento. Existen diversos instrumentos de evaluación de los que se puede valer el comité ejecutivo para valorar los aciertos y errores que existieron durante la convención respecto a cada uno de los comités.

23. Productividad del evento.

La detección de la productividad del evento debe ser realizada por la persona encargada de finanzas, sin perder de vista que el coordinador de congresos y convenciones deberá conocer y apoyar en su realización hasta donde sea necesario. La productividad permite analizar e interpretar los ingresos y egresos para obtener los datos financieros.

24. Memoria del evento.

Para contar y conservar los elementos, contenidos, experiencias, vivencias y decisiones del grupo, componentes del evento, es imprescindible la elaboración de un documento que contenga dichos aspectos, los cuales permitan en el futuro la reflexión y al mismo tiempo sirvan como instrumento de trabajo.

AUTOEVALUACIÓN

CAPÍTULO III

Selecciona la opción correcta.

1. Son algunos de los aspectos a considerar para la operación de un evento:

- | | | |
|---|--|---|
| a) comodidad
buena visión
materiales
espacio | b) Inspección
evaluación del evento
registro
ruta crítica | c) coordinación
inspección
planeación
preregistro. |
|---|--|---|

2. Relacionas las columnas según correspondan:

- | | |
|---|-----------------------------|
| a) Convenio entre partes que obliga a respetar los acuerdos. | 1) Memorándum de operación. |
| b) A través de éste se informa a todas las áreas involucradas para ofrecer sus servicios. | 2. Memoria del evento. |
| c) Son los procedimientos que se contemplaron para la bienvenida de los participantes. | 3. Registro |
| d) Documento que permite contar y conservar los elementos, contenidos, experiencias, y sirve como instrumento de trabajo, | 4. Contrato |
| e) Plan de acción que consiste en ubicar a alojar a todos y cada uno de los participantes | 5. Preregistro. |

CAPITULO IV

ELABORACIÓN DE PROGRAMAS

OBJETIVOS:

- Identificar la importancia que tiene la elección de la temática general del evento.
- Describir los elementos que se deben considerar para realizar el Programa General de un evento que permita lograr una óptima realización de actividades en los días y tiempos establecidos.
- Seleccionar buenos conferencistas de acuerdo a su capacidad y profesionalismo para el logro de los objetivos del Programa General del evento.



*SI DAS PESCADO A UN HOMBRE HAMBRIENTO
DURANTE UNA JORNADA
LO NUTRES DURANTE UN DÍA:
SI LO ENSEÑAS A PESCAR LO NUTRIRÁS TODA SU VIDA.*

4. ELABORACIÓN DEL PROGRAMA Y SELECCIÓN DE CONFERENCISTAS

4.1. SELECCIÓN DE LA TEMÁTICA GENERAL DEL EVENTO.

La selección de la temática general del evento surge por lo regular de una necesidad social real de actualidad; la cual se especifica según el tipo de evento, esto es, los eventos se dan en campos científicos, salud, medio ambiente, social, etc. En donde participan diversas disciplinas como medicina, odontología, ginecología, psicología, pedagogía, ingeniería, etc. "según la necesidad es el tema y según el tema son las disciplinas que vana participar."

Por ejemplo, si la necesidad que se identifica o demandan es con base al desarrollo del factor humano, entonces se comenzará por identificar cuáles son las principales dificultades o retos a los que se enfrentan las empresas o instituciones en este año y en un futuro; posteriormente surge la idea de sistematizar el evento con una temática general la cual invita a participar por el hecho de conocer más, esto es, estar siempre actualizado.

¿Cómo se puede identificar esta necesidad? La necesidad surge a partir del personal que labora en cualquier tipo de institución o empresa y está interesado por conocer nuevos enfoques que ayuden a enriquecer su campo profesional así como la institución en la que trabajan, son personas que viven en cambios constantes en los que se presentan situaciones que se tienen que resolver mediante situaciones prácticas y reales. Por ejemplo en este caso que se presenta la disciplina no tiene que ver con medicamentos o ecología, ya que el punto de partida es el desarrollo humano dentro de las empresas.

Es así como se comienza por elegir un tema general para el evento, el cual deberá dar un panorama amplio de lo que el evento pretende trabajar, que sea actual, importante e incite a los especialistas a participar en el aprendizaje ya sea conociendo cosa nuevas, reforzando conocimientos o intercambiando experiencias. Por ejemplo, un caso práctico:

El próximo mes de octubre del año 2001 la Facultad de Psicología y en colaboración con la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México llevarán a cabo el **VII Congreso Nacional de Capacitación Integral y de Recursos Humanos**. El cuál tendrá como tema central "**LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LA CONSTRUCCIÓN DEL CAPITAL HUMANO**".

La temática seleccionada tiene como sustento la siguiente justificación:

"cualquier empresa que aspire a tener éxito en el difícil entorno empresarial deberá resolver primero un dilema básico: cada vez más, el éxito en el mercado

depende del aprendizaje, aunque la mayoría de las personas no saben aprender". Para analizar al hombre como productor, tendría que encontrarse un método para medir y cuantificar sus habilidades productivas. La idea del capital humano se introduce en el análisis económico para proporcionar tal medida. El capital humano se define como las habilidades, talentos y conocimientos productivos de un individuo.

Hay que ser muy cuidadosos en la selección de la temática general del evento ya que es a partir de ésta que se capta el interés de los participantes, por lo que debe ser de actualidad y que conlleve a la aplicación directa de los que se pretende trabajar dentro de las sesiones de trabajo.

Selección de objetivos:

Una vez que se eligió la temática general del evento, es muy importante dar a conocer los objetivos que se pretenden alcanzar durante el evento.

Sigamos con nuestro ejemplo donde se da a conocer lo importante del desarrollo de los recursos humanos manifestándose lo siguiente:

El capital humano es un nombre apropiado para las capacidades productivas humanas, porque éstas pueden producir bienes en el presente y en el futuro, pero también es apropiado por otra razón. Así como aumenta el capital físico, lo hace el capital humano. La inversión puede presentarse a través de la educación y el entrenamiento para crear habilidades productivas.

Dice Philip Sadler, autor de Mananging Talent. " El conocimiento es difícil de destruir, proteger y medir. Pero la verdadera fuente de ventajas competitivas no es tanto el conocimiento como el talento, que sigue siendo el único recurso escaso que queda.

No es cuestión de capricho afirma Sadler, sino de necesidad comercial. Permanecer delante de la competencia ya no es cuestión de encontrar un nicho o de hacer cosas más baratas que los demás. Tales ventajas tienen pocas probabilidades de durar mucho tiempo, y depende de tener a personas lo bastante talentosas para detectar las oportunidades antes que nadie.

"Algunas, quizá la mayoría, de las organizaciones dependen en su totalidad de identificar, alimentar y retener a personas talentosas a fin de sobrevivir."

Tal vez el éxito a largo plazo de la empresa al atraer, retener, desarrollar, motivar y utilizar a los mejores talentos, en su campo, sea el factor individual más grande para determinar la viabilidad comercial futura".

El preámbulo anterior nos da un panorama general acerca de la importancia de "La administración de recursos humanos en la construcción del capital humano", por lo que ahora es muy importante tener objetivos que permitirán desarrollar dicha temática.

En este caso, los objetivos seleccionados para este congreso fueron los siguientes:

- Identificar y medir la efectividad de la organización a través del capital intelectual.
- Analizar la importancia de la construcción del capital humano.
- Evaluar las incidencias del capital humano en la organización a través del cumplimiento de los objetivos organizacionales.
- Evaluación del talento humano a través de pruebas psicométricas.

Para seleccionar los objetivos es preciso partir de una base teórica conociendo primero que es un objetivo y que pretendo con ellos.

Los objetivos representan la base y razón de capacitar y no deberán ser perdidos de vista. Existen objetivos para cada programa.

El objetivo es un instrumento básico en el proceso de enseñanza-aprendizaje ya que le facilitará al instructor o conferencista guiar su esfuerzo educativo hacia el éxito, al participante saber que rumbos tomará su aprendizaje y, a los coordinadores de las actividades de capacitación, homogeneizar contenidos y programar acciones educativas con alto grado de efectividad.

Cada vez que se redactan objetivos, debe tomarse en cuenta si la actividad que se propone como resultado de la instrucción es importante y necesaria para el desempeño del puesto o actividad de trabajo, y también se está correspondiendo a la temática general del evento.

4.2. PROGRAMA GENERAL DE TRABAJO

Los programas son la base para la organización y realización del evento, por lo que la intervención del coordinador general y de los demás coordinadores es importante para diseñar, definir y elaborar el **programa general** de actividades.

Para poder planificar lo que se requerirá para las diferentes actividades del programa de trabajo y de difusión, es importante pronosticar el número posible de participantes. Esta estimación debe ser realista y conservadora; una buena referencia es conocer qué porcentajes representa el total del universo, para ver su viabilidad.

El programa general de actividades debe incluir los días y los horarios de las ponencias magistrales, sesiones técnicas, las actividades sociales, culturales artísticas o deportivas, las promocionales, las especiales, los alimentos, los tiempos libres y personalidades y ponentes magistrales que participaran.

La elaboración de este programa se debe hacer con suficiente anticipación, para incluirlo en el folleto promocional y mandarlo a los participantes potenciales, esto es, a los participantes que se encuentren dentro del interés de la temática general.

También hay que considerar que en la mayor parte de los eventos el cóctel de bienvenida se lleva a cabo y es contemplado como una actividad social muy importante dentro del programa de actividades (actividades especiales)

Por lo que hay que definir con mucho cuidado los siguientes puntos:

Lugar	Sonido
Capacidad y presentación del salón.	Programa
Duración (horario)	Ambientación
Alimentos	Responsables del comité organizador.
Bebidas.	

Tomar en cuenta este tipo de actividades es muy importante, ya que por la modalidad del evento, la cantidad de participantes que asisten es muy numerosa y esta es una buena oportunidad para lograr conocer e interactuar con la mayoría de ellos además de que se participará con conocidos o desconocidos en diferentes ponencias o espacios que se den durante el evento.

Continuando con el ejemplo práctico que se mencionó ya con anterioridad del XII Congreso Nacional de Capacitación Integral y de Recursos Humanos. A continuación se presenta el programa general.

El cual de acuerdo a la temática general y a los objetivos de aprendizaje planteados, éste debe cubrir las expectativas de los mismos:

PROGRAMA GENERAL DEL VII CONGRESO NACIONAL DE CAPACITACION INTEGRAL Y DE RECURSOS HUMANOS, ACAPULCO, GRO. OCTUBRE DEL 2001

VIERNES 19 DE OCTUBRE	
07:00-12:00	SALIDA MÉXICO-ACAPULCO (FACULTAD DE PSICOLOGÍA)
12:00-15:00	REGISTRO Y COMIDA LIBRE
15:00-15:30	INAUGURACIÓN
15:30-17:00	"DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD EN MERCADO TECNIA, COMO VENTAJA COMPETITIVA" MTRO. RAÚL MEJÍA ESTAÑOL JEFE DE LA DIVISION DE ESTUDIOS PROFESIONALES FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
17:00-18:30	"PARADIGMAS EN EL APRENDIZAJE" LIC. CARLOS REZA TRÓSIMO DIRECCION DE R. H. Y ORGANIZACION REGION MUNDIAL
18:30-19:00	RECESO
19:00-20:30	"DESARROLLO DEL CAPITAL INTELLECTUAL CON BASE A LOS PRINCIPIOS Y FUNDAMENTOS DE ISO 9000" LIC. LEÓN PANIAGUA BLANCO DELEGADO INFLAC EN EL COMITE ISOTOP Y DIRECTOR DE PANIAGUA S.C
20:30-21:30	COCTEL DE BIENVENIDA Y NOCHE LIBRE
SABADO 20 DE OCTUBRE	
09:00-12:00	TALLER: "CREATIVIDAD PARA EL FORTALECIMIENTO DEL CAPITAL HUMANO" DR. MAURO RODRIGUEZ ESTRADA 144 PO BOX 13, EX CONSULTORES S.C.

12:00-13:30	"IMPACTO DE LA COMUNICACION EN EL DESARROLLO DEL CAPITAL INTELLECTUAL" LIC. GUILLERMO DOMÍNGUEZ CHÁVEZ COORD. GRAL. DE INFORMACION Y RELACIONES PÚBLICAS REVISTAS LABORAL, ADMINISTRATE HOY Y PRONTUARIO DE ACTUALIZACION FISCAL.
13:30-15:30	COMIDA (LIBRE)
16:00-17:30	"EVALUACIÓN DEL CAPITAL HUMANO CON BASE A COMPETENCIAS LABORALES" LIC. JAVIER VEGA RUGERIO PROFESOR DE LA FACULTAD DE PSICOLOGIA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO (U.N.A.M.)
17:30-19:00	"ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL INTELLECTUAL" (UN CASO PRÁCTICO DE RECURSOS HUMANOS) LIC. CARLOS SANTAMARÍA REZA GERENTE DE CALIDAD TOTAL Y DESARROLLO HUMANO BRIDGESTONE-FIRESTONE DE MEXICO, S.A. DE CV.
19:00-19:30	RECESO
19:30-21:00	"LAS VENTAJAS DE CONTAR CON NORMAS DE COMPETENCIA LABORAL PARA LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS" ING. JOSÉ MANUEL GARCÍA MACIAS CONSULTOR INDEPENDIENTE
21:00-	NOCHE LIBRE
DOMINGO 21 DE OCTUBRE	
09:00-12:00	"EL JUEGO DEL DESARROLLO DE CAPITALLES" LIC. JULIO VÁZQUEZ VERGARA SUBGERENTE DE RECURSOS HUMANOS DE LA PLANTA CIVIL NISSAN MEXICANA, S.A. DE CV.
12:00-12:30	CLAUSURA Y ENTREGA DE RECONOCIMIENTOS
13:00-14:00	CHECK-OUT
16:00-21:00	SALIDA ACAPULCO- MEXICO LEGA AL LUGAR DE SALIDA

4.3 SELECCIÓN DE CONFERENCISTAS.

Una vez que elegimos la temática general, organizamos el programa general del evento y especificamos los objetivos de este, es muy importante tener muy claro que uno de los factores para que estos últimos se cumplan es la selección de conferencistas o ponentes especializados, comprometidos y actualizados. En adelante el término **ponente** o **conferencista** se va a mencionar indistintamente en el entendido que es la persona responsable, de exponer el tema solicitado por los organizadores del evento, ante el grupo o congresista.

El poder realizar una buena planeación y organización sobre una convención, simposium o programa de conferencias, no es solamente escoger el lugar, realizar un presupuesto, o hacer un estudio de mercado sobre los temas relevantes que se deben presentar, estos son los aspectos básicos de un excelente programa. Pero más importante que todo esto, es saber escoger muy bien a los ponentes que participaran en el evento.

¿Qué importancia tienen los ponentes para un evento?, o ¿Dónde conseguir a un buen ponente?, o ¿Qué debe saber un ponente para que desarrolle bien su tema?, o ¿Qué debe conocer y preguntar el organizador de un evento, sobre el ponente que contrate?. Estas son algunas preguntas que debemos contestar, si queremos realizar un excelente evento.

Ellos podrán ser miembros de alguna organización o asociación, o pueden ser conferencistas profesionales, entrenados para ofrecer a los asistentes o participantes una excelente conferencia. Cualquier método que se emplee para seleccionar y trabajar en conjunto con un conferencista, es una de las partes críticas que se debe manejar muy bien para el buen éxito del evento.

El éxito de un buen programa de conferencistas es que los asistentes obtengan información actualizada y práctica; y que de alguna manera éste mejore su vida, su trabajo o su empresa.

Con mucha frecuencia hemos asistido, alguno de nosotros, a conferencias en las cuales, después de meses de trabajo por parte de los organizadores, su éxito se vio opacado por conferencistas que no respondieron a las necesidades de los asistentes, por su falta de capacidad de transmitir los conocimientos, o por no tener bien definidos los objetivos de su ponencia.

Debemos antes que nada, realizar una buena investigación de mercado, para informarnos con exactitud cuales son los temas específicos que se van a desarrollar durante el evento partiendo de las necesidades, puntos de vista, ideas y sugerencias de los posibles participantes. Mientras más sepamos que es lo que quieren nuestros participantes. Mientras más sepamos que es lo que quieren nuestros participantes, mejor seleccionaremos a los conferencistas con más experiencia en los temas que se presentarán.

No usemos temas muy elaborados o frases muy rebuscadas y poco entendibles que pudieran tener poco significado para varias personas. La descripción debe de ser sencilla, muy directa y muy fácil de entender. Que el contenido de la ponencia coincida con la descripción mencionada en el folleto o programa. Es importante que los conferencistas revisen y verifique la descripción de la ponencia y que el organizador les pida una sinopsis o breve descripción de su conferencia, con el fin de estudiarla y que concuerde con lo que dice y señala el programa.

Los conferencistas pueden presentar ponencias, académicos o prácticas con la oportunidad de participación de los asistentes. Que correspondan al mundo real al que vivimos. Considero que las ponencias que son demasiado académicas y teóricas pueden parecer estimulantes intelectualmente, pero probablemente pongan a dormir a todos los participantes.

El público que asiste hoy en día a conferencias y seminarios, quieren conferencistas conocedores de los temas, que sus presentaciones ofrezcan consejos prácticos, y cómo usar modernas técnicas de información al día para que los asistentes lo puedan utilizar tan pronto regresan a su trabajo o empresa.

Los conferencistas deben personalizar su ponencia con el fin de que tenga un máximo impacto. Deben saber muy bien quien es su audiencia, a aprender hablar su idioma, ofreciendo ejemplos muy específicos, nombrando algunos estudios directos sobre el tema, contando historias pertinentes al tema o incluyendo casos reales y anecdóticos.

Para obtener el 100% de rendimiento y éxito de los conferencistas, es importante que el organizador resuelva la parte logística de la conferencia. Salas bien iluminadas. Nada acaba con el entusiasmo e intercambio, generando somnolencia, como una sala con iluminación deficiente.

Los conferencistas de calidad producen conferencias de calidad. Es importante contratar a profesionales para realizar el trabajo, y como dice un dicho "se recibe lo que se paga".

El mayor activo de un evento y lo que causa más impacto es el prestigio de las personalidades y ponentes que participen y su relación con el tema y objetivos del evento.

¿Dónde encuentro a los conferencistas?

Podemos encontrar a posibles conferencistas en cualquier lugar. Los medios a utilizar, sólo se verán limitados por nuestra imaginación. Muchos de los programas de conferencias se planean con varios meses de anticipación y el organizador podría usar algunos de los medios que se mencionan a continuación:

Agencias de representaciones o burós de convenciones.

En países extranjeros donde diariamente se realizan estos eventos, es muy común ponerse en contacto con la agencia o buró que representa a los conferencistas profesionales, como podrían ser: artistas, intelectuales, personalidades deportivas, etc. En México esta no es una práctica muy común, ya que están desarrollándose estos mecanismos que se podrán utilizar en un futuro.

Asociaciones y profesionales de industria.

Muchas asociaciones tienen información acerca de sus socios y sobre quienes pueden servir como conferencistas por su conocimiento sobre la Industria, esta información se puede obtener del Director General de la Asociación.

Algunos profesionales se pueden contactar a través de artículos que ellos escriben para revistas de las industrias o de ejecutivos. También podemos darnos cuenta al apreciar entrevistas o reportajes que se les hacen a destacados hombres y mujeres de negocios, sobre su actividad y su desarrollo profesional.

Convocatorias.

El envío de convocatorias o su publicación en los periódicos sobre el evento y los temas que se quieren tratar así como las reglas que se deben seguir para participar atraería a conferencistas prospectos, de algunas asociaciones educativas particularmente.

Universidades.

Estas instituciones pueden ser también una buena fuente de búsqueda para conferencistas. La mayoría de los profesores universitarios tienen la experiencia de hablar para grupos de personas. Muchos profesores han llevado a cabo investigaciones, o publicado artículos de revistas o hasta han escrito libros que pueden proveer una interesante variada gama de temas.

Búsqueda interna.

Muchas veces dentro de la industria o del Sector al que pertenecemos, existen amigos, colegas, o empleados y directivos dentro de nuestras propias empresas que pueden ser excelentes conferenciantes, y clientes nuestros que quisieran patrocinar algún conferenciante en particular.

Participando en otras conferencias, especialmente en las conferencias magistrales, podemos encontrar conferencistas que pueden exponer temas generales y de actualidad.

No es muy buena idea contratar a un conferenciante sin saber de antemano sus habilidades como orador.

Cómo asegurarse de que tendremos a un buen ponente.

- Solicite el vitae y pida que se le dé la lista de quien lo ha contratado. Comuníquese con ellos y averigüe como fue su presentación y si lo contrataría nuevamente. Pida referencias
- Pregunte al conferencista si en un futuro próximo será ponente en algún evento; vaya a verlo y cheque su desempeño con el público y con el tema a desarrollar. También puede solicitarle si tiene algún video o cassette de su última presentación como conferencista.

En resumen, use cualquier tipo de técnicas y medios para identificar y contratar conferencistas.. Visite otros eventos, pida referencias, convóquelos a través de medios publicitarios, y utilice sus contactos dentro de la Industria a la que pertenece.

El mejor conferencista

Es el que reúne las siguientes características:

- a) Conocimiento total para el desarrollo del tema.
- b) Buenas relaciones con los participantes
- c) Experiencia.
- d) Sabe transmitir su experiencia y conocimientos.
- e) Informa pero también al mismo tiempo entretiene.
- f) Credibilidad y profesionalismo.
- g) Disponibilidad.
- h) Compromiso.

La selección se debe según los temas a tratar, el perfil de los participantes y al tipo y nivel del evento que se esté organizando. Además hay que considerar el presupuesto disponible para honorarios, gastos de viaje y viáticos.

No olvides

Como coordinador de un conferencista debes tener presente:

- El día, hora y ubicación exacta de la ponencia, (llega 15 minutos antes).
- El día, de presentación de la ponencia se debe hacer un resumen que destaque lo más relevante de su trayectoria profesional, académica y laboral.
- Recibir y despedir al conferencista con un caluroso aplauso por parte de los asistentes.

- Con semanas de anticipación debes llegar acuerdos con el conferencista en relación a los materiales que va a requerir, apoyos didácticos, ubicación y ambientación del aula, tiempo de su conferencia, actividades en que lo vas apoyar.
- Muestra siempre compromiso y amabilidad.
- Mantén una comunicación estrecha con el conferencista que coordinarás.
- Toma decisiones acertadas ante imprevistos.



AUTOEVALUACIÓN

CAPÍTULO IV

A continuación responde a las siguientes preguntas como una forma de retroalimentación al aprendizaje obtenido a éste capítulo.

Selecciona la respuesta correcta

1. La selección de la temática general del evento ayuda a:

- a) Coordinar adecuadamente el evento.
- b) Captar el interés de los participantes.
- c) Seleccionar los mejores ponentes profesionales.

2. Son algunos de los aspectos que se deben incluir al realizar el programa general de trabajo.

- a) Días y horarios de las ponencias, eventos sociales y culturales, sesiones técnicas y alimentos.
- b) Organización, planeación, objetivos y ejecución.
- c) Evaluación del evento, ruta crítica, temática general.

3. Menciona 5 características de un buen ponente o conferencista.

4. Menciona 5 acuerdos que deben llevar a cabo entre el coordinador y el conferencista o ponente.

CAPÍTULO V

DEFICICIÓN DE LA SEDE

OBJETIVOS:

- Comparar los servicios e instalaciones necesarias para la selección de un centro de Congresos y-o Convenciones.
- Identificar la importancia de las visitas de inspección al lugar sede antes de contratar sus servicios.
- Identificar los puntos importantes en el contrato de un hotel.



*HAY DOS MANERAS DE HACER
LAS COSAS. UNA BIEN Y LA OTRA
NADA MÁS PARA SALIR DEL PASO.
LAS QUE SE HACEN BIEN SE HACEN PARA SIEMPRE.*

5. DEFINICIÓN DE LA SEDE

5.1. ¿CÓMO ELEGIR LA CIUDAD SEDE?

La ciudad se debe escoger con mucha anticipación. Seis meses para eventos pequeños, un año para eventos medianos, y de dos a cuatro años para eventos magnos.

Criterios de selección de la ciudad sede:

- La existencia de un centro de convenciones adecuado.
- Su disponibilidad en las fechas que se pretende realizar el evento.
- Si tiene espacio suficiente y adecuado para una exposición.
- Si tiene suficiente número de salones y de las dimensiones necesarias.
- Si tiene un total adecuado y disponible para ser la sede y centro de operaciones.
- Número, tipo y localización de los hoteles.
- Distancia de los hoteles al centro de convenciones.
- Si tiene lugares adecuados para eventos especiales.
- Si tiene la infraestructura adecuada en servicios de transporte terrestre y aéreo, restaurantes, proveedores de equipos audiovisuales, de sonido, fotocopiado, capacidad en estacionamientos y cocinas, personal de mantenimiento calificado y de apoyo operativo y administrativo y diseñadores entre otros.
- Ubicación geográfica desde el punto de vista de accesibilidad en distancia y costo, para los posibles participantes.
- Si el clima es apropiado en las fechas que se pretende realizar el evento *.

Importancia de elegir la fecha adecuada para el evento.

Para definir la fecha del evento hay que considerar diferentes variables que pueden influir en la decisión, como pueden ser:

- El tiempo necesario para la planificación, organización y difusión y realización.
- La conveniencia o no, de celebrar el evento en días festivos y vacaciones en oficinas y escuelas, para facilitar la asistencia al evento.
- Considera la disponibilidad de los conferenciantes al evento.
- Otros eventos similares que otras empresas agrupaciones pudieran llevar a cabo los mismos días.

- Fechas disponibles en centros de convenciones, hoteles y salones, y que sean accesibles con el tiempo de la mayoría de los posibles participantes.
- Tomar en cuenta las situaciones climáticas, sobre todo en ciudades donde suelen ocurrir acontecimientos naturales (ciclones, mal tiempo, huracanes).

Clasificación de ciudades

Por su infraestructura y servicios las ciudades se dividen en tres clases:

En las primeras se pueden efectuar eventos magnos y cuentan con toda la infraestructura necesaria como aeropuerto internacional con vuelos diarios a todo el mundo, hoteles con capacidad de cuartos para miles de personas, lugares turísticos, transporte de calidad, numerosos restaurantes, espectáculos artísticos y vida de noche.

Estas ciudades suelen ser más costosas que otras que no son tan conocidas o prestigiadas por sus lugares turísticos y de recreación y para organizar eventos.

La segunda clase de ciudad no tiene la misma infraestructura en hoteles y cuartos y otros servicios y sí el inconveniente de que obligan al coordinador general a hospedar a los participantes en varios hoteles, la capacidad de los salones no es adecuada, etc. Pero sus ventajas son que la atmósfera de los eventos puede ser más amigable, más flexibles las negociaciones con el hotel, centros de convenciones, contratistas, etc.

La tercera clase de ciudad es la más adecuada para organizar eventos pequeños que no necesitan mucha infraestructura.

Si embargo, hay que saber escoger, pues hay ciudades que tienen la infraestructura necesaria y que no son tan solicitadas y todos los servicios están disponibles.

La decisión final de la ciudad, el centro de convenciones y el hotel sede, la tienen que tomar conjuntamente todos los miembros del comité organizador.

Cuando las reservaciones se hacen con varios años de anticipación, se aconseja hacer una segunda visita de inspección.

Es necesario tener reuniones de negocios con las autoridades de la ciudad y los directivos o representantes del centro de convenciones y hoteles que se pretendan contratar.

5.2. SELECCIÓN DE LUGARES: CENTRO DE CONVENCIONES, HOTELES.

La decisión del hotel sede o del centro de convenciones es trascendental para el éxito del evento.

Información necesaria para decidir la contratación del centro de convenciones.

- Superficie total del centro.
- Total de la construcción.
- Altura de los salones.
- Superficie para eventos especiales.
- Capacidad del auditorio y salones en diferentes montajes.
- Servicios ejecutivos de oficina.
- Servicios de mensajería.
- Capacidad del estacionamiento.
- Sistema de seguridad.
- Servicio de alimentos y bebidas.
- Áreas de descanso.
- Planos de localización del centro.
- Planos de medidas y distribución de salones.
- Lista de precios por salón. (si fuera el caso).
- Ubicación geográfica.

Selección de salones y lugares.

Cuando se contratan los lugares y salones para las diferentes actividades del programa del evento, se debe considerar que sean los adecuados en tamaño, comodidad, acceso, ubicación, sonido, facilidad para colocar la escenografía y calidad en los productos y servicios.

En el caso de que se decidiera como sede algún hotel, se pueden negociar paquetes que incluyan el precio de las habitaciones, las rentas de los salones para las diferentes actividades, así como los bocadillos y bebidas frías y calientes. Generalmente esto se puede hacer cuando los organizadores pueden comprometerse a garantizar un número mínimo de ocupación de la capacidad de hospedaje del hotel. Esto se debe de negociar con la administración del hotel.

Se debe de considerar cuál es la infraestructura necesaria de salones y habitaciones, dependiendo del número de participantes esperados y del tipo de actividades que se pretendan realizar.

Las actividades de inauguración, clausura, ponencias magistrales, mesas de trabajo, espectáculos y alimentación requieren de instalaciones y montajes especiales.

Una buena sede permite que las diferentes actividades se realicen eficientemente y tengan un mayor lucimiento.

Se debe considerar la infraestructura y los servicios que puede ofrecer:

Servicios que ofrecen los hoteles de lujo o de cinco estrellas y los centros de convenciones.

- Aceptación de todas las tarjetas de crédito.
- Agencia de viajes.
- Aire acondicionado en los salones de trabajo.
- Ama de llaves.
- Área de estacionamiento
- Área de registro e información.
- Área de espectáculos.
- Áreas de exhibición.
- Áreas verdes.
- Atención médica.
- Auditorios.
- Cajas de seguridad.
- Cambio de moneda.
- Circuito cerrado de T.V.
- Cocina para banquetes.
- Comercios.
- Correo
- Deportes.
- Directorio de teléfonos importantes
- Discoteque.
- Elevadores para el público y de servicio.
- Equipo de cómputo.
- Equipo de fotocopiado.
- Equipo de grabación.
- Equipo de sonido.
- Equipo de instalación para traducción simultánea.
- Equipos de música.
- Equipos de proyección.
- Equipos audiovisuales
- Escenario movable.
- Fotocopiado
- Gimnasio.
- Guardarropa.
- Juegos infantiles.
- Lavandería y tintorería
- Limpieza de salones
- Lonas
- Maleteros.
- Máquinas de hielo en cada piso.
- Mensajes
- Mesas redondas, rectangulares y sillas.
- Montaje y desmontaje de salones.
- Niñeras.
- Oficinas para organizadores.
- Piscinas
- Plataformas
- Podiums
- Recorridos turísticos
- Restaurantes y bares
- Sala de belleza y peluquería.
- Sala de exhibición.
- Sala de música.
- Sala de prensa.
- Sala de proyección
- Salones de trabajo.
- Servicio de agencia de viajes.
- Servicios de banquetes.
- Servicio de camas extras.
- Servicios de bebidas calientes, frías, botanas y hielo.
- Servicio de conmutador.
- Servicio de despertador.
- Servicio de fax.
- Servicio de información turística.
- Servicio de montacargas.
- Servicio de renta de automóviles.
- Servicio de taxis..
- Servicio de teléfonos de larga distancia.
- Servicios bancarios.
- Servicios de correo, telégrafos, fax, telex e internet.
- Servicios médicos.
- Servicios de planchado.
- Sistema de voceo.
- Teléfonos disponibles en habitaciones y salones.
- Televisión.
- Transporte del y al aeropuerto.
- Vestíbulo.
- Zona comercial.
- Zona de carga y descarga.

Un centro de convenciones es un sitio de lo más adecuado para ser sede de un evento y que facilita su realización.

Hay centros de convenciones y hoteles que están ubicados en un mismo lugar y proporcionan conjuntamente el servicio. Generalmente son las instalaciones adecuadas para definir la sede de cualquier evento. El tipo de evento que se puede organizar en estos centros son: convenciones, foros, congresos, seminarios, exposiciones, actos cívicos, culturales y sociales, y actividades deportivas y educativas.

5.3. VISITAS DE INSPECCIÓN.

Ya hablamos en forma cronológica sobre los temas necesarios en la planeación de un evento; tocando temas como la selección del destino, y luego la selección de hotel. Una vez que hemos hecho estos análisis y tenemos en mente ya la posibilidad de llevar nuestro evento a un destino específico y con las probabilidades de tenerlo en un hotel determinado, es necesario hacer un viaje de inspección. Esto es necesario incluso, si ya hemos utilizado el hotel en el pasado, dado que las cosas pueden cambiar en el mismo hotel.

Es conveniente que el comité organizador inspeccione físicamente las instalaciones que se pretenden contratar. La visita requiere tener de un programa que defina qué lugares se van a inspeccionar.

El comité organizador debe saber y conocer el evento a fondo, debe contar con un plano que indique dónde se localizan los servicios; así como la caja de fusibles, el tablero de control de luces, aire acondicionado, la cocina, servicios sanitarios, vestidores, contactos electrónicos, escaleras, elevadores, escaleras eléctricas, salidas de emergencia. Guardarropa, entradas y salidas de la sede, módulo de reclamaciones y objetos perdidos, bodega de abastecimiento de artículos varios, auditorios y salones de trabajo, banquetes y exposiciones y extintores, entre otros.

Lo primero que hacen los OCC (Organizadores de Congresos y Convenciones), es llamar al hotel de "primera opción" y solicitar por lo menos dos noches en cortesía para visitar el hotel y verificar por nosotros mismos si éste es el hotel que se requiere para el evento.

Lo anterior en la inteligencia en la inteligencia de que no vamos a ir de vacaciones con nuestra esposa y familia en un fin de semana de puente o Semana Santa. Se trata de pedirle a l hotel hospedaje y atención en fechas en las cuales tenga niveles de ocupación razonables para ver la operación del hotel.

Como única herramienta debemos llevar con nosotros el programa del evento y un block para hacer infinidad de notas y posiblemente una videocámara o una cámara fotográfica. En el programa vamos a escribir en dónde vamos a tener los desayunos, las comidas y las cenas, los nombres de los salones y restaurantes. En el block de notas haremos todos nuestros comentarios y escribiremos los detalles que consideremos necesarios.

Desde que llegamos al hotel hay que fijarse en la limpieza, tanto en las áreas públicas como en las privadas. Si comienza a ver sucios los corredores o en la piscina no han recogido platos de comida que llevan más de una hora y ya está lleno de hormigas ¡cuidado!.

Recorrer en compañía del gerente de grupos y convenciones todas las instalaciones del hotel, incluyendo otras habitaciones y suites, así como también los salones en caso de tener sesiones de trabajo en el programa de la convención. Checar el aire acondicionado de éstos y su iluminación.

Lo que tiene que verificar en el hotel:

AREAS. Verificar que las áreas a utilizar durante el evento sean las adecuadas en espacio y funcionalidad.

EQUIPO. Verificar físicamente el tipo de equipo con el que cuenta el hotel para la atención del evento, lo más común en checar sería: tableros para sesiones, mesas de trabajo y para banquetes, sillas, estrados, equipo audiovisual con que cuenta el hotel para apoyar las sesiones de trabajo.

HABITACIONES. Conocer claramente las instalaciones y servicios con que cuentan las habitaciones.

SERVICIOS. Verificar la calidad de los servicios que ofrece el hotel desde la recepción, botones, ama de llaves, room service, restaurantes, bares, cocina, y finalmente el calor humano del personal en la atención al huésped.

La idea de quedarse por lo menos una noche, es la de probar los servicios del hotel en todos los órdenes. Checar los bufetes de desayunos, si son bien servidos y apetitosos, la eficiencia y cortesía de los meseros.

Pregunte si el hotel tendrá algún tipo de reparación en las fechas en las que piensa hacer su evento, no vaya a ser que la única piscina del hotel tenga reparaciones que la dejen inhabilitada o que el aire acondicionado del salón que se va a utilizar se vaya a reparar el día del evento. Prevenir esto evita incomodidades a los participantes de ruidos incómodos (martillazos, fallas eléctricas etc.) o evacuaciones por salidas inconvenientes.

Finalmente, si vemos defectos demasiado importantes o total falta de interés por parte del personal del hotel, o simplemente el estilo o las instalaciones no es lo que esperamos para nuestro grupo, es el momento de dar las gracias, explicar los motivos y dirigirse a otro hotel a otro destino.

5.4. CONTRATO DE HOTEL

La decisión del hotel sede o el centro de convenciones es trascendental para el éxito del evento y-o exposición.

Para poder contratar los servicios disponibles en diferentes hoteles y centros de convenciones del mundo, se puede consultar la red de Internet que tiene amplia información al respecto. El acceso se obtiene a través de un proveedor directo o a través de un servicio de línea.

El tipo de hoteles que se contraten deben estar condicionados el perfil de los participantes y a su poder adquisitivo.

Hay que prevenir cualquier problema, por esto antes de contratar el hotel o centro de convenciones se debe solicitar una carta compromiso, en donde se indique los precios vigentes de los servicios que se vayan a contratar, los montos de los depósitos necesarios para firmar los contratos respectivos y las condiciones generales. (anexo 1)

Se debe prevenir en las cláusulas del contrato el posible caso de una cancelación de un evento:

Información necesaria para decidir la contratación del centro de convenciones.

Tomar muy en cuenta la visita de inspección.

Si la ciudad sede y el lugar son los adecuados para el tipo de evento.

Estar convencidos que los servicios que se proporcionan serán de calidad.

Superficie total del centro.

Altura de los salones.

Capacidad del auditorio y salones en diferentes montajes.

Servicios ejecutivos y de oficina.

Servicio de agencia de viajes y banco.

Servicios de mensajería.

Servicio de transporte.

Capacidad del estacionamiento.

Sistema de seguridad.

Servicio de alimentos y bebidas.

Áreas de descanso.

Planos de localización del centro.

Planos de medidas y distribución de salones.

Lista de precios por salón.

Ubicación geográfica.

Generalmente los contratos hablan de los siguientes puntos:

- 1) Fechas del evento.
- 2) Número de habitaciones contratadas.
- 3) Precio por la ocupación de tales habitaciones (en paquete o en plan europeo) por noche.
- 4) Tipo de habitaciones contratadas. (sencillas o dobles)
- 5) Costo incluyendo 3 alimentos.
- 6) Costo sin alimentos.
- 7) Impuestos a cobrar y propinas a botones y camareras.
- 8) Presupuesto de servicio de cafetería y lo que incluye. (refrescos, galletas, bocadillos, café.)
- 9) Se especifican las cortesías (up-grades) y otros aspectos que incluya la negociación.
- 10) Brindis de bienvenida y-o clausura.

Fechas y condiciones de depósito y las políticas de cancelación.

Dado que no hay una regla que podamos seguir y los hoteles obviamente no están obligados a hacer las cosas que el contrato no especifica, debemos conocer bien el hotel en el que se realizará el evento y planear y revisar minuciosamente nuestro programa y necesidades.

Existen algunos aspectos necesarios de considerar **ANTES Y DESPUÉS** de la firma del contrato de hotel, entre estos encontramos:

ANTES...

- ¿Qué tipo de evento se planes?
- ¿ Qué nivel de gente participará?, para saber que clase de servicios serán solicitados por el tipo de participante.
- ¿Qué tipo de habitaciones se requiere?, ya que en ocasiones y por el tipo de evento que se maneje se tendrá que dar preferencia a algunas personalidades de su grupo.
- ¿Qué edades promedio tiene el grupo?, para la planeación de las actividades y tipos de evento a ofrecer es bueno conocer las actividades que esperan realizar durante la convención y éstas irán de acuerdo al rango de edades que el grupo tenga.

Lista de personalidades, conocidas como VIP'S, (verg important peoples) , grupo a las que se desea dar un trato especial durante su estancia y es muy importante que indiquemos quiénes son ellos para que sean atendidos asignándoles las mejores habitaciones.

- Se debe hacer un viaje de inspección.
- Desarrollo de una junta previa al evento, después de la visita al hotel debe entregarse al hotel:
 1. Alinear programa de actividades: que incluya actividades diarias a realizar en la convención, con horarios, número de participantes en cada evento, requerimientos especiales (música, flores, servicios adicionales, etc), tipo de montaje en cada uno de ellos, los menús seleccionados y el tipo de bebida a ofrecer.
 2. Lista de participantes: deberá indicar los nombres e los participantes con las fechas de llegada y salida así como número de los vuelos en que viajarán.
 3. Depósitos: realizarse en las feas indicadas en el contrato.

Es conveniente considerar que pasará si no llega el total de gente esperada a fin de tomar medidas pertinentes.

DESPUÉS...

- Servicio de camareras.
- ¿Cuántos meseros por mesa voy a requerir?
- ¿Los participantes tienen que ir por sus bebidas a la barra o habrá un mesero que los atienda?
- Si los meseros tienen varios uniformes ¿podemos pedir que los usen de acuerdo a nuestro programa?
- Cambiar el buffet o el menú en tipo o cantidad.
- Pagar sólo las botellas vacías al final de cada comida o banquete.
- Solicitar un capitán por cada 50 personas.
- Usar los diferentes tipos de manteles (si los hubiera) a nuestro criterio.

Lo importante es evitar conflictos entre el hotel y el cliente, la intención de mencionar estos puntos, es el de tratar de definir qué es lo que queremos y qué es lo que el hotel puede ofrecernos y cumplir con ello, sin dar las cosas "por hecho". Lo mejor es trabajar en armonía y prever los puntos de conflicto. Si se hace esto saldrán del hotel satisfechas y sin problemas a resolver.

Luego se especifican las cortesías y otras cosas que se incluyan de acuerdo a cada negociación.

Finalmente vienen las fechas y condiciones de depósitos y las políticas de cancelación. En resumen este es el contenido de un contrato estándar para una convención.



Hay muchas cosas que no están en los contratos y pensamos que el hotel las debe de dar en cortesía como parte de sus estándares de operación.

El problema real viene de que no todos los hoteles funciona con los mismos estándares. Incluso los hoteles de cadena tienen políticas de operación muy diferentes unos de otros. Así que no hay una regla que debamos seguir y los hoteles obviamente no están obligados a hacer las cosas que el contrato no especifica.

Por ello conviene conocer bien el hotel al que pensamos llevar nuestro evento y revisar minuciosamente nuestro programa y nuestras necesidades para que estas queden previsiblemente satisfechas desde la planeación. La solución está en hablar con el hotel antes del evento para saber hasta donde puede o quiere llegar.



AUTOEVALUACIÓN CAPÍTULO V

A continuación responde a las siguientes preguntas como una forma de retroalimentación al aprendizaje obtenido a éste capítulo.

1. Menciona algunos criterios para seleccionar la ciudad sede para la realización de un evento .

2. Lo que se tiene que verificar en el hotel durante la visita de inspección.

a) *Número de habitaciones del hotel
* comodidad
* teléfonos

b) *banquetes
*Jardines
*Salidas de emergencia
lugares de diversión.

c) *areas
*equipo
*habitaciones
*Servicios

3. Contesta V (verdadero) o F (falso) según corresponda.

No siempre es necesaria realizar una visita de inspección a la ciudad sede para la contratación. ()

Los elementos de capacitación tienen mayor éxito en las ciudades con playa. ()

Antes de contratar el lugar sede se requiere de una carta compromiso por parte de la sede candidata. (..)

El tipo de hotel que se contrate debe estar condicionado al perfil de los participantes en su poder adquisitivo ()

4. El programa de actividades y la lista de participantes son actividades que se realizan.

- a) antes del evento b) durante el evento C) después del evento

5. Contesta V (verdadero) F (falso) según corresponda.

- a) El hotel está obligado a otorgar cortesías después de determinado número de participantes. ()
- b) El depósito de pago de todos los servicios por parte del hotel se realizan un día antes del evento. ()
- c) El servicio de cafetería, comidas, bebidas y eventos especiales son siempre cortesías del hotel ()

6. Menciona los puntos que generalmente se manejan en un contrato de hotel.

CAPITULO VI

ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS

OBJETIVOS:

- ❖ Diseñar un registro de los ingresos y egresos de un evento.
- ❖ Identificar la información que se requiere para colizar un evento.



LAS PERSONAS PROACTIVAS

*Hacen que las cosas sucedan
Buscan alternativas se sienten capaces
Prefieren elegir antes de ser elegidos
Arriesgan y asumen las consecuencias
Van en pro de la acción.*

Van en pro de la acción.

6. ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS

6.1 COTIZACIÓN DE LOS LUGARES, SERVICIOS Y MATERIALES QUE SE REQUIERAN.

Es muy importante tener un registro de los ingresos y egresos de un evento, ya que con base a este se previenen pérdidas y se economiza, este registro dependerá del tipo y la magnitud de un evento. Sin embargo para cualquier tipo de evento siempre será importante tener en cuenta los gastos que se han generado, así como las ganancias del mismo.

El elaborar un presupuesto nos permite tener una gama de ofertas por parte de los proveedores a los que recurramos para pedirles una cotización de los servicios que ofrece y así valorar entre los más destacados, los precios y la calidad de los servicios, teniendo la oportunidad de elegir el mejor. Y porque no, que sea "bueno, bonito y barato".

Tener un presupuesto permite organizarse en los gastos que generan los eventos y evitar gastos extras. (Anexo 2).

La información que se proporciona para cotizar un evento es:

Número de participantes.

Número y tipo de hoteles y habitaciones requeridas. *

Especificaciones de necesidades del centro de convenciones.

Fechas y horarios para la realización del evento.

Programas de trabajo, sociales, culturales, deportivos artísticos y de acompañantes.

Necesidades de servicios y de infraestructura.

Invitados especiales.

Antecedentes y estadísticas de eventos anteriores.

Transporte. *

(* Ver anexos 1 y 11)

También se debe tener un expediente que contenga copias del presupuesto, contratos, pólizas de seguros, programa de actividades, teléfonos de los miembros del comité o radio localizadores, de las sedes, doctores y hospitales, mapas de la ciudad y los lugares sede y cualquier otra información para cualquier caso de emergencia.

Ejemplo de un catálogo de cuentas para elaborar un presupuesto global desglosado, se debe adaptar dependiendo de la magnitud e importancia de cada evento.

I. Ingresos

- Espacios publicitarios.
- Actividades especiales.
- Concesiones para vender artículos Promocionales.
- Cuotas de registro al evento.
- Cuota de acompañantes



II. Egresos

<p><i>Difusión en medios de comunicación</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Compra de casetes <input checked="" type="checkbox"/> Compra de videocintas <input checked="" type="checkbox"/> Desplegados en prensa <input checked="" type="checkbox"/> Espacios en T.V. <input checked="" type="checkbox"/> Tiempo en radio <p><i>Impresos y originales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Boletines de presa y especiales <input checked="" type="checkbox"/> Cédulas de registro <input checked="" type="checkbox"/> Diplomas y reconocimientos <input checked="" type="checkbox"/> Dúpticos promocionales del evento <input checked="" type="checkbox"/> Folletos <input checked="" type="checkbox"/> Gafetes <input checked="" type="checkbox"/> Hojas membretadas <input checked="" type="checkbox"/> Invitaciones <input checked="" type="checkbox"/> Memoria <input checked="" type="checkbox"/> Personificadores <input checked="" type="checkbox"/> Otros impresos 		<p><i>Publicidad y difusión</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Difusión del evento en diferentes medios de comunicación. <p><i>Hoteles y hospedaje</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Anticipo para apartar las habitaciones. <input checked="" type="checkbox"/> Cortesías a invitados especiales. <input checked="" type="checkbox"/> Pago de habitaciones del comité organizador. <input checked="" type="checkbox"/> Renta de salones para eventos especiales. <input checked="" type="checkbox"/> Aire acondicionado. <input checked="" type="checkbox"/> Otros consumo.
--	--	--

También se debe tener un expediente que contenga copias del presupuesto, contratos, pólizas de seguros, programa de actividades, teléfonos de los miembros del comité o radio localizadores, de las sedes, doctores y hospitales, mapas de la ciudad y los lugares sede y cualquier otra información para cualquier caso de emergencia.

Ejemplo de un catálogo de cuentas para elaborar un presupuesto global desglosado, se debe adaptar dependiendo de la magnitud e importancia de cada evento.

I. Ingresos

- Espacios publicitarios.
- Actividades especiales.
- Concesiones para vender artículos
- Promocionales.
- Cuotas de registro al evento.
- Cuota de acompañantes



II. Egresos

<p><i>Difusión en medios de comunicación</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Compra de casetes <input checked="" type="checkbox"/> Compra de videocintas <input checked="" type="checkbox"/> Desplegados en prensa <input checked="" type="checkbox"/> Espacios en T.V. <input checked="" type="checkbox"/> Tiempo en radio <p><i>Impresos y originales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Boletines de presa y especiales <input checked="" type="checkbox"/> Cédulas de registro <input checked="" type="checkbox"/> Diplomas y reconocimientos <input checked="" type="checkbox"/> Dípticos promocionales del evento <input checked="" type="checkbox"/> Folletos <input checked="" type="checkbox"/> Gafetes <input checked="" type="checkbox"/> Hojas membretadas <input checked="" type="checkbox"/> Invitaciones <input checked="" type="checkbox"/> Memoria <input checked="" type="checkbox"/> Personificadores <input checked="" type="checkbox"/> Otros impresos 	<p><i>Publicidad y difusión</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Difusión del evento en diferentes medios de comunicación. <p><i>Hoteles y hospedaje</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Anticipo para apartar las habitaciones. <input checked="" type="checkbox"/> Cortesías a invitados especiales. <input checked="" type="checkbox"/> Pago de habitaciones del comité organizador. <input checked="" type="checkbox"/> Renta de salones para eventos especiales. <input checked="" type="checkbox"/> Aire acondicionado. <input checked="" type="checkbox"/> Otros consumo.
--	--

Transporte

- Autobuses.
- Automóviles
- Aviones.
- Camionetas.
- Otros

Eventos especiales

- Cóctel de bienvenida.
- Desayunos.
- Comidas.
- Cenas.
- Cena-baile de gala.
- Espectáculos
- Discoteca

Promocionales

- Carpetas.
- Encendedores.
- Fistoles.
- Gorras.
- Llaveros.
- Plumas
- Otros

Renta de equipo

- Audio.
- Computación.
- Fotocopiado.
- Fotografía.
- Música.
- Sonido.
- Radios de comunicación.
- Teléfonos.
- Otros equipos.

Papelería

- Acetatos
- Cinta adhesiva
- Clips de diferentes tamaños.
- Corrector líquido.
- Engrapadoras.
- Fólder normales
- Grapas.
- Hojas de diferentes tamaños.
- Lápices y plumas.
- Plumones
- Pegamento sólido y líquido.
- Reglas.
- Sellos, cojines y tinta.
- Sobres de bolsa.
- Tijeras.

Materiales varios

- Casetes audio.
- Cintas para impresoras.
- Cintas para máquinas de escribir.
- Disquetes.
- Video casetes.

Otros

- Café, refrescos y galletas.
- Bebidas alcohólicas.
- Comidas para el comité organizador.
- Luz.
- Propinas.

AUTOEVALUACIÓN CAPÍTULO VI

A continuación responde a las siguientes preguntas como una forma de retroalimentación al aprendizaje obtenido a éste capítulo.

1. Menciona algunos aspectos a considerar para cotizar un evento:

2. Elaborar un presupuesto para un evento nos permite:

- a) Ahorrar con anticipación
- b) Saber el costo en que se venderán las inscripciones.
- c) Organizarse en los gastos que generan los elementos y evitar gastos extras.

3. Contesta V (verdadero) F (falso), según corresponda:

Los egresos en la organización de un evento deben ser mayores que los ingresos.
()

4. ¿Qué tipo información que se necesita para cotizar un evento?.

5. Lo que genera egresos en la realización de un evento son:

a) Espacio publicitarios
Promociones
Cuota de acompañantes

b) Difusión
papelería
Hospedaje

c) Impresos
Transporte
Eventos especiales

CAPITULO VII

COORDINACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

OBJETIVOS:

- ❖ Identificar la importancia y uso de las Relaciones Públicas en los eventos.
- ❖ Diseñar las cédulas de registro que apoyan el control y seguimiento de los participantes.
- ❖ Identificar la función de las edecanes y del maestro de ceremonias dentro de un evento.
- ❖ Organizar las labores en el módulo de registro durante el evento.



*Voy con las riendas tensas
Y refrendo el vuelo
Porque no es lo que importa
llegar solo, ni pronto,
sino llegar todos a tiempo.
(León Felipe.)*

7. COORDINACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

7.1 IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LOS EVENTOS

Para poder establecer la definición de Relaciones Públicas, se ha revisado lo que dicen algunas fuentes, pero éstas, a pesar de tener puntos en común son complementarias unas de otras.

Es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización o persona para la creación o mantenimiento de buenas relaciones entre los miembros de la organización y los demás sectores de la opinión pública, tales como los proveedores, clientes, inversionistas, gobierno y público en general, a fin de proyectar ante ellos una imagen favorable de la organización que contribuya al alcance de los objetivos de ésta (Ríos, 1990).

Toda organización o individuo, sea del tipo que sea, tiene a su alrededor una serie de grupos o sectores con los cuales convive, compite, negocia o les brinda algún tipo de servicio estos grupos en el campo de las relaciones públicas se les denominan "públicos".

Los públicos se pueden clasificar de acuerdo a su origen o función, así tenemos:

- † Personal de una empresa.
- † Accionistas, inversionistas y organizaciones financiadoras.
- † Clientes.
- † Proveedores.
- † Gobierno.
- † Medios masivos de comunicación y público en general.

El objetivo primordial de las relaciones públicas es lograr que la imagen que esos públicos se formen de la persona u organización sea positiva y se acreciente de modo que las actitudes de los públicos sean favorables al individuo o empresa y puedan alcanzar sus objetivos.

La función de las relaciones públicas es el esfuerzo planeado para influir en la opinión, por medio de la actuación aceptable y de la comunicación recíproca. Es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre los miembros de la organización, y entre la organización y los demás sectores de la opinión pública, o "públicos, tales como proveedores, clientes, inversionistas, gobierno y público en general, a fin de proyectar ante ellos una imagen favorable.

7.2 INVITACIÓN A PARTICIPANTES Y ELABORACIÓN DE DIRECTORIOS

Ya se comentó que la importancia de las relaciones públicas tiene como objetivo promover actitudes favorables de los diferentes públicos hacia la organización. Las actitudes favorables de todos esos públicos son indispensables para que una empresa subsista y además se desarrolle, de ahí la importancia de esta función. Ninguna organización puede prosperar a menos que cuente con el apoyo a al menos con su paciencia o aceptación.

Por lo anterior es importante tener claro que parte de ese "público" dentro de la organización de un evento se encuentran los participantes, los ponentes e invitados especiales con los que comúnmente vamos a trabajar (así como también los proveedores y gobierno). Por ello debemos estar capacitados para darles un trato digno y profesional desde el momento en que se difunde el evento o se realiza la inscripción al mismo ya que si bien recordamos:

"La primera impresión jamás se olvida"

Por lo que.....

No hay una segunda oportunidad para una primera impresión.

Elaborar un directorio general que contenga información sobre los participantes, invitados especiales, ponentes, asistentes, expositores, medios de comunicación, funcionarios de mesa y comité organizador, es muy importante para facilitar la coordinación y comunicación antes, durante y después del evento. (anexo 3).

Tener acceso al correo electrónico facilita la realización de eventos internacionales, ya que éste ofrece la posibilidad de enviar cartas alrededor del todo sin mundo sin costo adicional.

Este documento es muy valioso para diferentes fines:

- Entregar la invitación al evento.
- Agradecer apoyos recibidos.
- Confirmar la asistencia al evento.
- Para organizar futuros eventos.
- Para distribuir la memoria del evento.

Se debe definir la documentación que se le dará a cada grupo y establecer rutas y responsables de su entrega.

Es recomendable confirmar la asistencia de ponentes y participantes con suficiente anticipación, para en su caso tomar las medidas pertinentes. (anexo 3).

7.3 INVITADOS ESPECIALES, MAGISTRALES Y DE MESA

La función de las relaciones públicas se requiere en todas las actividades por lo que siempre debe haber un representante del área.

Dependiendo del tipo e importancia de la actividad se debe designar a un responsable que cumpla con el perfil necesario.

- Es necesario nombrar responsables por personas o grupos de invitados especiales para brindarles una mejor atención.
- El personal de relaciones públicas es fundamental para la imagen del evento. El responsable debe de cerciorarse de que cada actividad tenga ubicaciones adecuadas y estar al pendiente de los pequeños detalles.
- Verificar que el hospedaje, alimentos y transporte sean de calidad.
- Coordinar con el área de operación la entrega de los materiales de trabajo a ponentes e invitados especiales.
- Es necesario solicitar al área de operación la verificación del buen funcionamiento de los equipos (nuevos o usados), que se vayan a utilizar en la presentación de las ponencias.

La participación de directores, investigadores y profesionistas de universidades, instituciones y empresas como ponentes magistrales y de mesas de trabajo, enriquecerán el evento, que pretende como objetivo, discernir sobre los problemas más importantes del país, para presentar alternativa de solución a la necesidad del tema del evento en los sectores público, privado y social.

Por ello se les hace una cordial invitación ya que sin duda sus comentarios serán un aporte valioso, que enriquecerán los trabajos y conclusiones que se deriven de este evento de participación nacional e internacional: Además es importante comentar que la invitación debe ser realizada y entregada con bastante anticipación, ya que personalidades como estas siempre tiene la agenda llena (anexo 4).

7.4 MAESTROS DE CEREMONIAS Y EDECANES

MAESTROS DE CEREMONIAS

La coordinación de las relaciones públicas es la encargada de las funciones y elaboración de los guiones para cada actividad.

Se deberá designar algún miembro del comité organizador que tenga experiencia habilidad, ser sensible y tener tacto social y político.

El maestro de ceremonias puede hacer lucir un acto o no, por lo que es necesario hacer una selección adecuada de este elemento clave. Es necesario que cuente con información sobre el tema o evento, sobre la agrupación, empresa o entidad organizadoras, sobre las personalidades que intervienen, así como un programa detallado de cada actividad donde intervenga.

El maestro de ceremonias debe tomar en cuenta diferentes variables como pueden ser: el momento, la actividad, el perfil de los participantes y el tema. Por ejemplo: en algunas ocasiones no llegan todos lo invitados a un presidium, por lo que se debe estar pendiente para no mencionar a los que no asistan.

El responsable de esta función por parte del comité organizador, conjuntamente con el maestro de ceremonias, elaboran un guión para cada actividad en donde intervienen.

El guión puede incluir menciones especiales, personalidades en el presidium, entrega de reconocimientos, presentación de algún tipo de actividad, entre otros.

EDECANES

Se tiene que definir el perfil y la cantidad de edecanes que se necesitarán para apoyar la organización del evento

La selección de las edecanes es una decisión muy delicada, ya que en gran medida el éxito de un evento está en el apoyo del personal contratado.

Se pretende que la edecán no sólo sea un adorno dentro del evento sino que se contemple dentro de su función principal el de dar orientación, información y apoyo a los participantes. Incluso parte de esta actividad puede ser realizada por los coordinadores.

Las principales funciones de las edecanes :

1. Proporcionar información general del evento y atender a los participantes.
2. Apoyar en la organización interna.
3. Atención en corredores, pasillos, puertas de acceso a los salones de trabajo, eventos sociales y culturales.
4. Vigilar el buen servicio de café, galletas u otras bebidas o bocadillos.
5. Formar vallas de honor.
6. Atender los módulos de registro e información.
7. Repartir materiales de trabajo.
8. Recibir y entregar documentos o materiales relativos a los trabajos que se estén llevando a cabo dentro de los salones.
9. Apoyar en las mesas de trabajo.
10. Supervisar que los presidiums tengan, vasos, jarra con agua, ceniceros, hojas, plumas y lápices.
11. Coordinar el servicio de bebidas calientes y frías para el presidium.
12. Atender a los invitados especiales.
13. Entregar documentos, llamadas o recados a miembros del presidium.
14. Entregar material al público en general.
15. Colaborar en todas las actividades del evento.
16. Tener siempre una actitud asertiva y de servicio.

Dependiendo de las necesidades de cada evento se determinará el número de edecanes.

Se sugiere que se presenten con uniforme normal para el servicios diario y el de gala para la inauguración, clausura y eventos especiales.

Orientar y capacitar a las edecanes.

La capacitación debe incluir lo siguiente:

- † Hacer el recorrido físico en los lugares sede.
- † Hacer un simulacro de las diferentes actividades donde vayan a participar.
- † Conocer las responsabilidades por actividad.
- † Instrucción sobre entrega de gafetes y materiales a participantes.
- † Conocer los horarios y lugares para la alimentación durante el evento.
- † Hospedaje.
- † Conocimiento del programa general del evento.
- † Utilización de materiales y orientación para proporcionar información general sobre el evento.

Ubicación física de las edecanes

Dependiendo del número de participantes en cada actividad se deberá de asignar un número determinado de edecanes.

Los lugares donde se ubican las edecanes son:

- † Actividades de inauguración y clausura.
- † Atención a invitados especiales y ponentes.
- † Atención a medios de comunicación.
- † Centros de recepción.
- † Desayunos, comidas y cenas.
- † Eventos sociales y especiales.
- † Mesas de trabajo.
- † Ponencias magistrales.
- † Transporte.



7.6 SISTEMA DE REGISTRO

El proceso de registro empieza desde las primeras reservaciones telefónicas que hacen los participantes y cuando se reciben vía correo las cédulas de registro.

La lista de reservaciones para inscribirse al evento es el primer documento para iniciar el registro antes del evento y facilitar los trámites del participante (ver anexo 4).

Dependiendo de la magnitud del evento es la cantidad de personal y espacio físico requerido para la recepción y registro. El espacio físico para el registro deberá ser lo suficientemente grande para manejar la cantidad de participantes esperados.

La distribución de las mesas de registro es la clave para evitar grandes líneas de espera para registrarse. Es preferible un área cuadrada o rectangular bien proporcionada.

El correcto funcionamiento de servicios es indispensable para crear una imagen correcta y satisfactoria del evento. Por eso, se debe solicitar la instalación de corriente eléctrica para computadoras, impresoras, fotocopiadoras, fax, y señalización iluminada, para cada módulo.

El área de registro debe ser aromática y ordenada, con manteles en las mesas, macetas con plantas, una buena señalización, ubicar el logo y el lema del evento estratégicamente, personal uniformado y bien presentado y espacio suficiente para el llenado de cédulas y formatos.

El primer contacto de los participantes con los organizadores del evento es de trascendental importancia para crear un ambiente positivo desde el inicio, por ello el trato debe ser ágil, amable y eficiente.

El área de registro se puede dividir en dos áreas principales:

† Registrados

El procedimiento para los que previamente se registraron es muy sencillo pues ya se tienen todos los datos del participante en la computadora o en la cédula de registro. (anexo 5)

Cuando el participante llega y presenta su recibo de pago, recibe su gafete, su material de trabajo información especial y el horario de la siguiente actividad.

† No registrados

El procedimiento de los no registrados es un poco más largo, ya que hay que llenar la cédula de inscripción, formarse para pagar, darlo de alta en el sistema de la computadora, entregar el gafete y los materiales de trabajo.

Dependiendo de la magnitud del evento, cada módulo se compone de varias mesas. Las de registro se pueden dividir por letras, por ejemplo: de la A-H, I-P, Q-Z, con el objeto de agilizar el trámite.

Las labores en el módulo de registro durante el evento:

- Recibir gafetes y revisar los listados de los participantes, ponentes magistrales y de mesa.
- Tener actualizado el listado de los participantes registrados y que ya pagaron su cuota de inscripción.
- Integrar y entregar material de trabajo para cada participantes.
- Recibir los pagos de inscripción y entregar los recibos correspondientes.
- Entregar los materiales de trabajo.
- Elaboración y entrega de gafetes de identificación.
- Elaborar una relación de los participantes a los que se les entregó el material de trabajo.
- Archivar las cédulas de inscripción.
- Registrar los números de las habitaciones de los participantes.
- Proporcionar información general.
- Delegar a un responsable de los recibos y pagos de inscripción en ese momento.
- Ser amables y corteses con los participantes todo el tiempo.**

Quando el comité organizador es el responsable de distribuir y asignar las habitaciones se debe:

- Definir el espacio físico y materiales de trabajo necesarios para esta función.
- Elaborar una lista por orden alfabético de todos los participantes en invitados especiales. (anexo 6).
- Inspeccionar y supervisarlas habitaciones.
- Entregar las llaves de las habitaciones asignadas.
- Especificar hora de entrada y check-out.

AUTOEVALUACIÓN CAPÍTULO VII

A. continuación responde a las siguientes preguntas como una forma de retroalimentación al aprendizaje obtenido a éste capítulo.

1. La función de las relaciones públicas se refiere a:

- a) el esfuerzo planeado para influir en la opinión, creación y mantenimiento de las buenas relaciones.
- b) La decisión de efectuar eventos magnos.
- c) Elevar el nivel de autoestima de los participantes

2. Facilita la relación de eventos y confirma la asistencia al evento:

- a) directorio b) Registro c) Pre-registro.

3. El maestro de ceremonias se selecciona entre :

- a) los participantes b) los conferencista c) el comité organizador

4. Menciona 5 funciones importantes que realizan las edecanes en un evento.

5. Menciona las labores que se realizan en el módulo de registro durante el evento:

6. El área de registro se divide en:

- a) registrados y no registrados b) ponentes y participantes c) Comité organizador y edecanes

CAPITULO VIII

IMPORTANCIA DE LA PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DEL EVENTO

OBJETIVOS:

- ❖ Reconocer el objetivo principal de la publicidad y la difusión.
- ❖ Distinguir los diferentes medios de comunicación que sirven de apoyo en la difusión de un evento.



*En este camino, el no ir adelante
Es volver atrás,
Y el no ir ganando, es ir perdiendo...
En este camino se ha de cambiar para llegar.*

8. LA IMPORTANCIA DE LA PUBLICIDAD Y LA DIFUSIÓN DEL EVENTO

8.1 LA PUBLICIDAD

Se llama publicidad a la propagación de información pagada con el propósito de vender o ayudar a vender mercancías o servicios, o para ganar la captación de ideas que hagan que la gente crea o actúe de determinada forma.

El objetivo principal de la publicidad es procurar, mantener y aumentar la distribución y el consumo de un producto, lo cual dependerá de las necesidades de una empresa dada y estará determinada mediante un laborioso análisis, y es llevado a cabo por la identificación de la necesidad del cliente y posteriormente manufactura el producto que satisfaga esa necesidad (mercadotecnia). Generalmente la venta se interesa en la fabricación de un producto y luego busca quien la compre.

8.2 MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE APOYAN EN LA DIFUSIÓN DEL EVENTO

La campaña de difusión se puede apoyar con los siguientes medios:

- Calendarios y almanagues.
- Carteles.
- Comunicados y boletines en periódicos locales, regionales, nacionales e internacionales.
- Correspondencia directa.
- Folletos promocionales.
- Invitaciones impresas.
- Invitaciones telefónicas
- Invitaciones por correo electrónico.
- Publicaciones en boletines y revistas.
- Radio, televisión y prensa escrita.
- Videos.

Lo importante al utilizar los medios es que cada participante esté informado con suficiente anticipación y conozca todos los detalles necesarios para programar su asistencia.

Las invitaciones y folletos promocionales se pueden mandar por correo, fax, e-mail o personalmente.

Respecto a los carteles, se deben colocar en lugares estratégicos, buscando que los puedan ver fácilmente los posibles participantes. En algunas ocasiones se los llevan o

los desprenden, por lo que es conveniente tener un programa de recolocación de carteles.

MEDIOS DE COMUNICACION

Los objetivos promocionales y el tipo de publicidad que piensa usar una compañía se reflejan en la selección de los medios publicitarios.

Se pueden utilizar diferentes medios de comunicación, dependiendo del presupuesto y del tipo de público que se quiera invitar.

Los mensajes publicitarios impresos en periódicos, revistas o folletos reciben el nombre de publicidad impresa; algunas de esta se presentan en:

PUBLICIDAD IMPRESA Los anuncios en los periódicos, por lo general, se pueden preparar con rapidez y a un costo razonable, por lo cual los comerciantes locales pueden llegar a su público objetivo casi a diario. Por ejemplo, los periódicos locales no suelen ser el mejor medio para llegar a compradores de aceros especiales ni de los de artículos para limpieza de pisos. La publicidad en los **Periódico** periódicos también tiene mucho "ruido" en los anuncios competidores y en las noticias. Por tanto, puede ser difícil obtener la visibilidad deseada del anuncio de una compañía.



Revistas

Aunque el costo por contacto en las revistas es mayor que en otros medios, su costo por cliente potencial puede ser mucho más bajo. Esta diferencia se debe a la naturaleza especializada del público lector de revistas. Hay dos categorías generales de revistas: 1) Para consumidores; 2) especializadas y profesionales.

Para la difusión del evento del "VII Congreso Nacional de Capacitación Integral y de recursos Humanos" se ha tenido el apoyo en las revistas: Laboral y Administrate Hoy.



ESTA TESIS NO SALI
DE LA BIBLIOTECA

Folleto promocional

El folleto promocional es una herramienta muy importante para lograr la difusión del evento.

Una buena logística de distribución garantiza que los folletos se entreguen con tiempo suficiente a los posibles participantes.

Es importante dar a conocer a los posibles participantes información relativa a las diferentes actividades y materiales, que incluye la cuota de inscripción al evento.

Hay que buscar la forma de hacer paquetes atractivos y de que se facilite lograr los objetivos de asistencia y captación de recursos por este concepto.

Conceptos o servicios que pueden o no estar incluidos en la cuota de inscripción y que deben estar especificados en el folleto promocional.

Participantes

La inscripción incluye.

- Cóctel de bienvenida
- 3 comidas
- Eventos sociales
- Café durante los recesos
- Hospedaje
- Servicio de transporte
- Memoria impresa
- Material de trabajo

Otra información importante para los posibles participantes en el folleto es:

- El tema principal del evento
- Objetivos generales y específicos
- Temática y mecánica de las mesas de trabajo.
- Programa de actividades.
- Forma de registro.
- Tarifa, tipo de hotel y alojamiento.
- Tarifas y tipo de transporte.
- Nombre de los ponentes magistrales y de mesa.
- Políticas de cancelación.

Es conveniente resaltar la asistencia de conferencias magistrales y ponentes reconocidos por sus conocimientos y capacidad en el medio.

Se pueden mencionar las empresas, agrupaciones o personas físicas que van a participar, con el fin de dimensionar la posibilidad de tener la oportunidad de conocer e

iniciar procesos tendientes al establecimiento de relaciones de negocios y alianzas estratégicas. (anexo 7)

Hay que resaltar la importancia de inscribirse con anticipación, en virtud de tener cupo limitado.

Se debe indicar en al participante (vía telefónica o personal) que al momento de registrar su asistencia al evento, debe canjear la ficha de depósito o el comprobante de pago por el recibo oficial correspondiente según el procedimiento que se haya establecido.

Se deben seleccionar los canales de distribución más adecuados para hacer llegar estos impresos.

RADIO

En las zonas metropolitanas, hay estaciones de radio casi para todos los gustos. Al igual que la televisión, la radio ofrece publicidad en cadenas (aunque limitadas), seleccionada o local. En la **publicidad en cadena**, una organización central produce y envía la programación a sus afiliadas; éstas son estaciones locales que no tienen el dinero, ni instalaciones para producción ni deseos de producir ellas mismas los programas. La **publicidad seleccionada** significa que el anunciante selecciona ciertas estaciones para sus campañas. La publicidad local en la radio es la que hacen los establecimientos de una población y de algunas cercanas.

Los comerciales para radio son poco costosos y fáciles de preparar. No hay un largo tiempo de espera como con las revistas y la televisión. La desventaja más grande de la radio es la falta de atractivo visual. Además, salvo que un anunciante nacional seleccione una cadena, la búsqueda de estaciones para una campaña en todo el país puede ser compleja y requerir mucho tiempo.



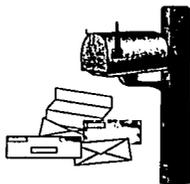
T. V.

Desde sus inicios a finales de la década de 1940 y hasta mediados de la de 1970, la publicidad en televisión ha tenido un crecimiento continuo. ¿Por qué esta popularidad? Los auditorios masivos, el bajo costo por contacto, la facilidad de lograr la atención de los televidentes debido a la ausencia de competencia de otros anuncios y programas y la mayoría de las ventajas de la venta personal (vista, oído y demostración). Además, la televisión llega a la casi totalidad de las personas.

Los gastos en televisión seleccionada y local ascienden a un poco más que la publicidad en las cadenas. La publicidad seleccionada es muy popular entre los anunciantes regionales y los nacionales que quieren llegar a un mercado seleccionado. La televisión local está dominada por los anuncios de empresas que sirven a una sola ciudad o una cierta zona geográfica.

Correo Directo

El correo directo puede ser el más o el menos eficiente medio que puede usar un anunciante, según sea la calidad de la lista de direcciones y la eficacia de la pieza publicitaria. El correo directo es un medio de comunicación muy flexible. Las empresas que tienen las listas las pueden dividir por características socioeconómicas muy específicas. Se debe recordar que la TV tiene costos iniciales altos, pero se distribuye entre millones de personas. El correo directo se suele enviar a número más o menos pequeños de personas.



E - mail

Actualmente uno de los medios de comunicación que más se utilizan para la difusión de cualquier tipo de evento es el e - mail, ya que este tipo de tecnología permite ser más rápida y directa la información, e incluso formar redes de comunicación.

AUTOEVALUACIÓN

CAPÍTULO VIII

A continuación responde a las siguientes preguntas como una forma de retroalimentación al aprendizaje obtenido a éste capítulo.

1. Definición de Publicidad:

- a) El logro de la imagen que los "públicos" se formen del evento.
- b) Propagación de información con el propósito de vender o ayudar a vender, ganar captación de ideas.
- c) Esfuerzo planeado para influir en la opinión por medio de la actuación aceptable y de la comunicación recíproca.

2. Con respecto a los medios en los que se puede difundir un evento; relaciona las columnas según corresponda:

- | | |
|---|-----------------------|
| a) .Su costo-es mayor y están dirigidas a consumidores o son especializadas para temas profesionales. | 1) Correo electrónico |
| b). Ha tenido crecimiento continuo, logra atraer la atención con mayor facilidad. | 2. Periódico |
| c) .Se puede preparar con rapidez y a un costo razonable. | 3. Revista |
| d) ofrece publicidad en cadena y seleccionada. | 4. Televisión |
| e) Puede ser el menos eficiente, pero es muy flexible. | 5. Radio |

CAPITULO IX

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE IMPRESOS Y MATERIALES

OBJETIVOS:

- ❖ Reconocer los materiales más usuales que se les proporcionan a los participantes en un evento.
- ❖ Identificar las características que se contemplan para el diseño de galetes, personalificadores y constancias.
- ❖ Diseñar la memoria del evento mediante la información básica que se debe recolectar.



*“Los hombres aprenden
mientras enseñan”
(Seneca).*

9. DISEÑO Y ELABORACIÓN DE IMPRESOS Y MATERIALES

9.1 MATERIAL PARA EL PARTICIPANTE

Los materiales más usuales para los participantes son:

- ❖ Gafetes.
- ❖ Carpeta.
- ❖ Carta de bienvenida de la ciudad sede.
- ❖ Carta de bienvenida del coordinador general del evento.
- ❖ Programa de actividades.
- ❖ Horarios de alimentos y menús.
- ❖ Hojas blancas.
- ❖ Plumas, lápices.
- ❖ Formatos de evaluación.
- ❖ Promocionales.
- ❖ Información general.

Porta gafetes y gafetes

Actualmente hay sistemas automatizados para la elaboración de gafetes, que tienen características similares a las tarjetas de crédito, con los cuales se puede tener acceso expedito a los datos generales de cada participante.

También se siguen utilizando los convencionales, con gran utilidad.

Los datos que deben tener los gafetes son:

(ver diseño en anexo 8).

- Logotipo del evento
- Nombre completo del participante
- Día, mes y año en que se realizará el evento

- Nombre de la ciudad sede
- El carácter de su participación en el evento

Los gafetes pueden variar en diseño, tamaño o información, por lo que es importante llegar a acuerdos con el comité organizador y elegir el más conveniente para el evento. Otra información que puede llevar el gafete es: El programa del evento al reverso del gafete, su número de identificación del evento.

Hay diferentes tipos de gafetes, por lo que se necesita definir cuál va a usar para que el *diseño* y el *tamaño* de los gafetes coincidan con los porta gafetes.

Los gafetes que normalmente se utilizan son los siguientes:

- † Comité de recepción.
- † Comité organizador.
- † Coordinador de área.
- † Edecanes.
- † Invitados especiales.
- † Participantes.
- † Ponentes

Carpetas

En algunos eventos las carpetas sirven para entregar los materiales de trabajo que se utilizarán durante el evento, como pueden ser programas, boletines, apuntes, hojas, plumas, lápices entre otros.

Las carpetas pueden ser de diferentes modelos y calidades, dependiendo del presupuesto. Hay carpetas con o sin cierre, tipo portafolio, etcétera, y las hay de

diferentes materiales como pueden ser piel, curiel, vinil y plástico y se les pueden grabar o imprimir el logotipo y el lema del evento.

Los materiales de trabajo que se incluirán en las carpetas los debe definir el coordinador general.

Se deben mandar hacer con suficiente tiempo de anticipación.

Personificadores

Se usan para identificar por el nombre y cargo a las personas que ocupan un presidium o mesa de trabajo.

Se deben tener personificadores para diferentes actividades, como puede ser:

- ❖ Inauguración
- ❖ Clausura
- ❖ Ponencias magistrales
- ❖ Paneles
- ❖ Juntas de consejo directivos o de administración

9.2 MEMORIAS

Se elabora un documento o un video que contenga las vivencias, el intercambio de experiencias, las sugerencias y resultado del evento.

En muchas ocasiones las memorias son elaboradas previamente a la celebración del evento, y estas contienen los trabajos de los ponentes, así como el programa general del evento, nombre del Organizador general y el comité organizador, la ciudad sede, los objetivos de trabajo, etc. A diferencia de la memoria que se realiza durante el evento no cuenta con las vivencias de ese momento, más bien retoma las experiencias y comentarios de quienes participaron en el evento anterior.

Se debe nombrar a un responsable del comité organizador para elaborar la memoria.

Hay diferentes formas para la elaboración y presentación de la memoria:

- ◆ Mecanografiada y engargolada.
- ◆ Impresa y encuadernada (hay que definir la calidad del papel interior y portada).
- ◆ Gráfica (con fotografías).
- ◆ Filmada y grabada (película o video).
- ◆ Diskett 3.5, C.D.

Este documento se denomina *memoria* y contribuye a facilitar el trabajo de evaluación del comité organizador. La memoria tiene por objeto:

- Captar la información y conclusiones de cada sesión.
- Ordenar las experiencias y vivencias.
- Observar la funcionalidad de las dinámicas.
- Verificar si los objetivos del evento se lograron.



Elementos que debe contener la memoria:

➤ **Presentación general:**

- ❖ Introducción (objetivo del evento y a quién va dirigido).
- ❖ Sede (localización geográfica).
- ❖ Fecha del evento.
- ❖ Inauguración.
- ❖ Comité organizador.

➤ **Desarrollo del evento. Sesiones en orden cronológico. Cada sesión debe contener:**

- ❖ Tema.
- ❖ Tiempo planeado y real.
- ❖ Objetivos.
- ❖ Expositor.
- ❖ Conductor.
- ❖ Técnicas grupales.
- ❖ Ejercicios de integración.
- ❖ Contenido aportado por los participantes.
- ❖ Conclusiones.

➤ **Lista de integrantes:**

- ❖ Expositores.
- ❖ Conductores.
- ❖ Organizadores.
- ❖ Participantes.
- ❖ Prensa.

➤ **De cada uno de los integrantes:**

- ❖ Nombre.
- ❖ Profesión.
- ❖ Ocupación.
- ❖ Dirección.

➤ **Consideraciones finales:**

- ❖ Conclusiones finales.
- ❖ Evaluación.
- ❖ Eventos recreativos.
- ❖ Clausura.

Por lo regular, todos los participantes del evento se interesan por la memoria, es por ello que debe comunicarse la manera de obtenerla.

Información básica de se debe recolectar para la elaboración de la memoria:

- ✍ El objetivo del evento.
- ✍ La sede y fechas.
- ✍ Estructuras del comité organizador.
- ✍ Programas de trabajo.
- ✍ Programas sociales, culturales y artísticos.
- ✍ Programas para acompañantes.
- ✍ Relatoría de las ponencias de mesa.
- ✍ Ponencias magistrales.
- ✍ Ponencias de mesa.
- ✍ Fotografías de todas las actividades técnicas y sociales.
- ✍ Discursos de inauguración y clausura.
- ✍ Conclusiones.
- ✍ Lista de participantes, ponentes magistrales, de mesa de trabajo, personalidades destacadas y miembros del comité organizador. (nombre, dirección, profesión, actividad principal).

Se puede definir como política para la integración de la memoria el guardar un orden cronológico de las actividades que se efectuaron.

La memoria se puede obsequiar o vender a los participantes del evento. La distribución se puede hacer de diferentes formas, dependiendo si la entrega está incluida en la inscripción o tiene un costo adicional.

9.3 RECONOCIMIENTOS

La elaboración de diplomas o reconocimientos es muy importante y debemos elegir el mejor diseño y tipo de papel, ya que es el documento oficial que los participantes se llevan como constancia y recuerdo del evento. El material en que se elaboren debe ser de buena calidad y larga duración. (ver anexo 9)

En el caso de que los reconocimientos sean en materiales frágiles, es conveniente tomar las precauciones necesarias para evitar accidentes o pérdidas.

Algunos de los datos que una constancia oficial debe contener son:

Nombre de la institución (es) organizadora (s)
Logotipo de la institución, empresa u organizador
Nombre del evento

Fecha de realización

Ciudad la sede (país y ciudad)

Numero de horas de duración del evento

Nombre completo de la persona participante

Especificar el tipo de participación (ponente, organizador, coordinador, asistente).

Firma de los principales representantes del evento

Sello de la institución.

Los reconocimientos o diplomas generalmente se entregan a:

- ◆ Participantes
- ◆ A la mejor ponencia.
- ◆ Ponentes de mesas de trabajo
- ◆ Ponentes magistrales.
- ◆ Invitados especiales.
- ◆ Coordinadores del comité organizador.



AUTOEVALUACIÓN CAPÍTULO IX

1. Menciona cinco materiales para los participantes, los cuales utilizará durante el desarrollo del evento:

2. Describe los datos que debe tener un gafete:

3. ¿Qué es una memoria y que información debe contener?

4. Datos que se deben considerar para la elaboración de los reconocimientos:

CAPITULO X

TÉCNICAS UTILIZADAS EN LOS CONGRESOS

OBJETIVOS:

- ❖ Identificar y aplicar las diferentes técnicas grupales que son utilizadas en las diversas sesiones de trabajo dentro de un evento.



*Reunirse por equipo es el principio,
Mantenerse en el equipo es el progreso,
Trabajar en equipo es el éxito.
(H.J. Taylor)*

10. TÉCNICAS UTILIZADAS EN LOS CONGRESOS

10.1. Las técnicas grupales en los congresos

Normalmente los congresos o convenciones y otros tipos de eventos tienen varias sesiones de trabajo, además estos pueden tomar diferentes formatos en cuanto a presentación y objetivos perseguidos. Un congreso puede utilizar una o varias de las siguientes técnicas dentro del programa del evento:

TÉCNICAS GRUPALES

TÉCNICA	DESCRIPCIÓN	APLICACIÓN	VENTAJAS	LIMITACIONES	SUGERENCIAS
EXPOSITIVA	El instructor informa al grupo una serie de datos o conocimientos. El grupo no participa.	Se desarrolla tanto en grupos grandes como pequeños. El instructor imparte sus conocimientos y puntos de vista.	Brindar una gran cantidad de información en un tiempo determinado.	El grupo no participa, solo se limita a escuchar, por lo que se limita su aprendizaje, no se permite la retroalimentación y pueden existir errores de entendimiento.	El instructor debe planear y dominar la plática. Apoyarse en ejemplos y material didáctico que facilite la atención y el aprendizaje.
CORRILLOS O GRUPOS DE DISCUSIÓN	Un grupo pequeño (4 a 7) trata un tema o asunto en discusión libre e informal conducido por un coordinador, se nombra moderador y un secretario.	Para resolución de problemas, discusión y conclusión y para promover la participación de todo el grupo.	Permite la interacción del grupo, el desarrollo de juicios críticos de análisis, cooperación y aceptación de otras ideas.	Puede crear inconformidad a las personas que les es difícil integrarse a todo el grupo.	Dar claras y precisas las instrucciones de lo que los grupos deben realizar. Formar equipos diferentes cada vez para que se haga interacción con todos los integrantes.
TORMENTA DE IDEAS	El instructor cuestiona a un grupo reducido sobre soluciones o ideas nuevas acerca de un determinado tema.	Promover el autodescubrimiento del aprendizaje. Promover la creatividad, originalidad. Se hace con mucha libertad.	Promover la participación de todos. Desarrolla el espíritu democrático.	No es conveniente para grupos numerosos, tampoco es buena tanta heterogeneidad.	Al ir eliminando opciones, pedir al grupo que defina, justifique lo que vaya quedando.
SEMINARIO	Un grupo reducido estudia un tema en sesiones planeadas recurriendo a fuentes originales.	Cuando se tiene necesidad de obtener información con detalle de algún tema.	Se llega a profundidad del tema y se conocen detalles significativos.	Llevarlo a cabo por los recursos que implica y el tiempo necesario. No un grupo numeroso.	Requisito: tiempo entre sesión y sesión y acudir a las fuentes originales.

TÉCNICA	DESCRIPCIÓN	APLICACIÓN	VENTAJAS	LIMITACIONES	SUGERENCIAS
FORO	El grupo discute un tema o problema exponiendo cualquiera de los asistentes, conducido por un moderador.	Obtener información y puntos de vista sobre determinado tema. (Consenso)	Permite que el grupo y gente no experta dé su opinión sobre determinado tema.	Si el moderador no coordina adecuadamente a el grupo, se puede perder el control y no obtener puntos de vista útiles.	Elaborar una serie de preguntas y un plan de conducción grupal con el fin de obtener resultados productivos.
DIÁLOGO O DEBATE PÚBLICO	Personas expertas invitadas conversan sobre un tópico ante un auditorio, con un esquema previsto.	Obtener datos diversos de dos fuentes diferentes.	Permite la reflexión y el conocimiento de información nueva.	Es difícil controlar que los exponentes sostengan un diálogo ameno o bien, que caigan en polémicas.	Sugerir a los expertos que eviten las palabras confusas, así como el diálogo obscuro y tendenciosos.
DRAMATIZACIÓN O SOCIODRAMA O ROLE-PLAYING	Es la representación de casos específicos por un pequeño grupo de participantes para que el resto analice y obtenga conclusiones.	Analizar y detectar problemas a partir de la escenificación real de la situación. Observar e identificar roles y actitudes que surgen en una representación.	Promueve confianza e integración en el grupo. Sensibiliza, destensiona y motiva a la participación activa.	Si los papeles no son elaborados con detalle la representación resulta subjetiva.	Elaborar un guión de observaciones y proporcionarlo al grupo observador antes de que analicen la escenificación.
ESTUDIO DE CASOS	El grupo estudia analíticamente un caso, dando todos los detalles, ventajas y desventajas; llegando a conclusiones o toma de decisiones.	Promover el juicio crítico, analizar la toma de decisiones del grupo. En otras ocasiones encontrar soluciones a los casos propuestos.	Pueden observarse actitudes del grupo. Esta técnica unifica criterios, sensibiliza e integra al grupo.	En algunos casos produce inconformidad con respecto a la solución del caso, o a las posiciones de otros equipos.	Escoger casos prácticos y reales, preferentemente relacionados con el área de trabajo de los participantes.
JUEGOS VIVENCIALES	En la utilización de cualquier juego con el fin de vivenciar el tema, contenido o práctica del aprendizaje.	Se aplica para tener la oportunidad de la experiencia personal o grupal del contenido que se aprende.	Puede ser más significativo que el mismo texto o comentarios de quien expone. Involucración total del que aprende.	Mal conducido se pueden interesar los participantes por los juegos y no por los objetivos de aprendizaje. Son un medio no un fin.	Pueden ser de integ., comunic., lid., etc. No son dinámicas, son ejercicios. La dinámica ya existe en el grupo.

TÉCNICA	DESCRIPCIÓN	APLICACIÓN	VENTAJAS	LIMITACIONES	SUGERENCIAS
DEBATE DIRIGIDO	Un grupo reducido trata un tema en discusión informal con la ayuda activa y estimulante de un conductor.	Se utiliza para diagnóstico sobre la preparación del grupo acerca de un tema. Para observar actitudes y temperamentos de los participantes.	Proporciona intercambio informal de ideas. Permite observar actitudes y temperamentos de los participantes.	Es difícil controlar al grupo cuando se encuentra un acaloramiento emocional, pues el instructor debe disolver enfascamientos sin que nadie se sienta rechazado.	El instructor debe conducir sin ejercer presiones o intimidación, sino detectar las desviaciones y encaminar hacia los objetivos.
PANEL	Un equipo de expertos discute en forma de diálogo ante el grupo. Hay un coordinador que centra la atención, resume y permite las preguntas del público.	Para suministrar información amplia sobre algún tema.	No es tan estructurado que permita la espontaneidad en la charla y dinamismo en el diálogo características que despiertan interés sobre los temas.	Deben escogerse temas en los que existan interés, que sean motivantes. Los temas demasiados técnicos no son adecuados para tratarlos en un panel.	Seleccionar expositores que puedan mantener el interés de la charla. Combinarla con otra técnica más participativa.
MESA REDONDA	Un equipo de expertos sostiene puntos de vista contradictorios sobre un mismo tema.	Para obtener puntos de vista diferentes sobre un mismo tema.	Desarrolla el espíritu crítico y la reflexión. Se emplea para grupos grandes.	No permite la participación del grupo durante toda la sesión. Es difícil controlar la polémica.	El coordinador debe ser imparcial y debe conocer a fondo el tema para poder dar conclusiones precisas.

FUENTE: PANIAGUA, León, Formación de Instructores, Mecanograma, ETESA, 1995.

AUTOEVALUACIÓN CAPÍTULO X

A continuación responde a las siguientes preguntas como una forma de retroalimentación al aprendizaje obtenido a éste capítulo.

1. Con relación a las características de las Técnicas didácticas relaciona su definición con su nombre correspondiente:

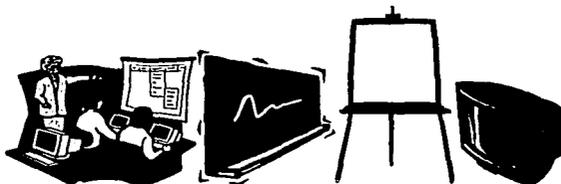
a) Grupo reducido que estudia un tema en sesiones planeadas recurriendo a fuentes originales		1. Juegos vivenciales
b). Se aplica para tener la oportunidad de la experiencia personal o grupal del contenido que se aprende.		2. Debate público
c) Promueve el juicio crítico, analiza la toma de decisiones del grupo.		3. Seminario
d). Se utiliza para obtener datos de dos fuentes diferentes.		4. Corrillos
e) Permite la interacción del grupo, el desarrollo de juicios críticos de análisis, cooperación y aceptación de ideas.		5. Estudio de casos.

CAPITULO XI

LOS AUXILIARES DIDÁCTICOS EN CONGRESOS Y CONVENCIONES

OBJETIVOS:

- ❖ Identificar las características y usos de los auxiliares didácticos.
- ❖ Reconocer las ventajas al usar los apoyos didácticos dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje.
- ❖ Manejar adecuadamente los apoyos didácticos más usuales en los congresos y convenciones.



*Todo aquello que vale la pena hacer,
Vale la pena hacerse bien.
(Lord Chesterfield).*

11. LOS AUXILIARES DIDÁCTICOS EN CONGRESOS Y CONVENCIONES

11.1. Características y usos de los auxiliares didácticos.

El comité de programa técnico, al ser responsable de planear y coordinar todas las actividades del evento, tiene el serio compromiso de conocer, comprender y sobre todo aplicar con precisión las estrategias idóneas que permitan que el objetivo del congreso o convención se logre, esto implica que lo que se va a enseñar, mostrar o explicar sea comprendido por el auditorio.

Los auxiliares didácticos o de apoyo se clasifican en tres tipos: directos, proyectables y auxiliares.

- **Directos:** pizarrón, franelógrafo, franelógramas, magneto grafo, magnetogramas, láminas, rotafolio, periódico mural, texto impreso, modelos naturales y artificiales (diagramas, gráficas, etc.).
- **Proyectables:** visuales (transparencia, diapositiva, filmina, película), auditivos (audio casetes, disco, etc.), audiovisuales (diapositivas con sonido, película sonora, TV).
- **Auxiliares:** auditivos (radio, grabadora, tocadiscos, equipo de sonido).
- **De proyección:** retroproyector, proyector de diapositivas y cuerpos opacos, proyector de cine, circuito cerrado de TV.
- **Generales:** pantalla, cámara de cine, fotográfica y de TV.

Dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje se considera como material de apoyo:

TODOS AQUELLOS ELEMENTOS QUE AYUDAN A ILUSTRAR, CLARIFICAR, EVIDENCIAR, Y EJEMPLIFICAR UN CONTENIDO.

Ventajas de los apoyos didácticos:

- Concretan las ideas.
- Tienen poder de atracción.
- Mantienen el interés.
- Provocan emociones vivas.
- Graban con intensidad las imágenes de la memoria.
- Tiene poder de persuasión.
- Inducen a la acción.
- Son de valor universal.
- Aceleran el aprendizaje.
- Se adaptan a la necesidad de la educación.
- Son variados.
- Modifican nuestra cultura y percepción de los conceptos.

El empleo de materiales de apoyo planeados y de buena calidad impacta al

participante, y hace que el aprendizaje sea más significativo. Durante el desarrollo de un evento pueden emplearse diversos tipos de apoyos, el único límite es la inversión que se desee hacer y la creatividad de la persona que los elabora.

A continuación se detallan algunos medios de apoyo:

☞ Pizarrón.

Descripción: Tablero utilizado para escribir con gis u otro material que pueda borrarse fácilmente.



que

El pizarrón es aplicable a la demostración y estructuración gráfica de cualquier tema.

Recomendaciones: Tener un porta gis, un borrador y una franela húmeda; emplear gises de colores para destacar la información, utilizar dibujos y diagramas, no solamente letras, Anotar la información de manera ordenada para que al final quede un resumen del tema.

☞ Lámina

Descripción: Representación gráfica de un objeto o proceso. Una serie de láminas estructuradas en una secuencia lógica constituye un rotafolio.



un

Uso: Es adecuada para presentar una información detallada que requiere de una observación prolongada.



☞ Rotafolio

Descripción: Tablero didáctico dotado de pliegos de papel, sustituto del clásico encerado o pizarrón.

Uso: Es útil para escribir, ilustrar o rotular, se utiliza para presentar los diferentes aspectos de un tema o las diversas etapas de un proceso. Permite rotar las láminas secuenciadas. Estas se caracterizan por presentar, mediante varias imágenes, un contenido desglosado que facilita la tarea de informar o instruir.

Recomendaciones: No utilizar colores pastel como el rosa, amarillo y azul claro; poner mensajes de motivación, por ejemplo: "bienvenidos", "felicidades", "provecho".

Pedir al participante que se encuentra a mayor distancia del rotafolio en el aula que nos indique si es visible toda la información.

Se debe escribir de costado para evitar obstruir la visión de los participantes.

Tener hojas blancas tanto al final de las que ya tienen información, como aparte.

☞ Periódico mural

Descripción: Es un medio de comunicación realizado por los propios participantes que,

orientados o dirigidos por uno o varios asesores, pretenden:

Insertar a los participantes, de una manera práctica, en la realidad social, política, laboral o cultural; desarrollar un espíritu crítico y al mismo tiempo objetivo para apreciar los más diversos hechos sociales; estimular las aptitudes para el dibujo, la rotulación, redacción, las maquetas, etc.

Uso: Sirve para exponer, en un lugar apto para ser visto por todos; su técnica es sobre todo visual, predominando las ilustraciones, los gráficos, letreros y textos cortos.

✍ **Texto impreso**

Descripción: Recurso didáctico que ofrece información relevante de un nivel, curso o disciplina sistematizada y adecuada al currículum en el que se inscribe.

Uso: Elemento auxiliar que comparte con otros aspectos de la actuación didáctica la función de encauzar al participante por el camino de la observación y la experimentación, y no por la vía de la repetición memorística.

✍ **Transparencia**

Descripción: Hoja de acetato sobre la cual se escribe o se representa lo que se desea proyectar. La proyección de la transparencia requiere del retroproyector, ubicado al frente de la sala con una iluminación normal.

Uso: Presenta información básica sin muchos detalles e integra en forma gradual y dinámica un proceso.

✍ **Diapositiva**

Descripción: Material transparente de proyección de imágenes tijas. Sus formatos son muy variados. Las más corrientes van con dimensiones de 24 x 36 mm, montadas en marcos de cartón, plástico o metal.

Uso: Realización de ejercicios de observación colectiva de documentos, elementos, etc. Presentación por fases significativas de documentos que aseguren un proceso dinámico en evolución o desarrollo.

Realización de ejercicios de fijación, integración y control de aprendizaje, realización de ilustraciones, etc.

✍ **Película**

Descripción: Secuencias visuales y normalmente sonoras, interrelacionadas y dotadas de un ritmo, con las que se produce la comunicación cinematográfica.

Uso: El filme, en su aspecto educativo puede ser: Instructivo. Suministra conocimientos e ideas.



El cine es útil para describir movimientos, mostrar interrelaciones o dar impacto a una tema.

Grabadora

Descripción: Aparato que emite los



sonidos registrados en un casete.

Uso: Su uso permite simplificar el tiempo para realizar traducciones, así como emitir y grabar sonidos en el momento necesario. Es conveniente que cada casete recoja un solo contenido temático y conviene disponer de un fichero en el que se reúnan todos los datos necesarios.

☞ **Audiocasete**

Descripción: El aprendizaje mediante imágenes y sonidos forma parte del proceso de capacitación. Los medios auditivos, aunque son más abstractos que los visuales, resultan necesarios y prácticos.

Los audio cassetes son cintas grabadas que se reproducen en un aparato. Su manejo es sencillo, se puede detener en cualquier momento y hacer comentarios. Es un excelente apoyo para otros recursos enriqueciéndolos y despierta la imaginación.

☞ **Retroproyector**

Descripción: Aparato que proyecta la imagen hacia atrás. Sus elementos fundamentales son: un foco de luz, dos espejos de reflexión, un condensador y un enfriador.

Uso: Reproduce transparencias con una imagen clara.

☞ **Proyector de exposiciones fijas**

Descripción: Proyector de diapositivas de 35 mm. Tiene lentes intercambiables, enfoque automático, cable de control remoto.

Proyector visor / sonoro: para diapositivas de 35 mm., con sonido sincronizado a la imagen, pantalla propia de 23 X23 cm., utiliza un archivero tipo carrusel y cuenta con un cable control remoto.

Uso: Se pueden utilizar para que el participante observe con facilidad creando un centro de atención entre la exposición y lo que se ve. Se puede trabajar en semioscuridad.

Recomendaciones: Asegurarse de saber manejar el proyector.

Revisar el material antes de proyectarlo, verificar que tenga buen sonido y verificar si las salas se pueden oscurecer.

☞ **Proyector de acetatos**

Descripción: Es un aparato que normalmente cuenta con un espejo frontal, botón de enfoque, brazo, botón liberador del brazo, columna, botón de cambio de lámpara, interruptor de lámpara, asa de transporte, plataforma, lentes de proyección y válvulas de seguridad.

Uso: Es de uso frecuente, ya que puede detenerse la exposición con oportunidad y apagar la proyección, de acuerdo con el clima que exista en el grupo. Existen modelos portátiles y ligeros.

Recomendaciones: Contar con focos de repuesto, llevar una extensión, tener los acetatos preparados en el orden que van a aparecer, poner una hoja blanca entre cada acetato, para evitar que se deterioren, Utilizar un señalador para centrar la atención sobre la información que se desea transmitir, antes de iniciar la sección, probar el proyector para enfocalo correctamente, Si el instructor no desea permanecer junto al proyector, ponerse de acuerdo con su coordinador, para que lo auxilie en el cambio de los acetatos

☞ Cañón

Descripción: Muestra una imagen variable de uno a seis metros, se utilizan pantallas de pares, curvas o de protección en la parte posterior.

Uso: Se utiliza para lograr un buen impacto por la presencia de imágenes proyectadas en grandes dimensiones, logrando la fidelidad en el sonido y buena definición de imagen. Se puede introducir cualquier imagen de un sistema PC.

AUTOEVALUACIÓN

CAPÍTULO XI

A continuación responde a las siguientes preguntas como una forma de retroalimentación al aprendizaje obtenido a éste capítulo.

1. ¿Qué significan insumos?

2. Menciona y define 5 insumos que se requieren para el ambiente físico en un evento de capacitación.

3. Menciona el método que se debe seguir con las quejas de los participantes en un evento.

4. Responde V (verdadero o F (falso) según corresponde.

a) las personas con discapacidad no son enfermos ()

a) para dirigirse a una persona con discapacidad se utilizan términos "sutiles" como cieguito, sordito, etc. ()

c) Debemos ser capaces de atender personas con discapacidad porque se merecen un trato de igualdad ()

b) las personas con algún tipo de discapacidad por su bien y dificultades no pueden asistir a los eventos ()

CAPITULO XII

LOS DETALLES QUE NO SE DEBEN OLVIDAR

OBJETIVOS:

- ❖ Identificar la importancia de hacer uso de la creatividad en los eventos.
- ❖ Organizar el ambiente físico adecuado en donde se trabajarán las actividades del evento para determinar la eficiencia del proceso de enseñanza aprendizaje.
- ❖ Manejar con responsabilidad la opinión de los participantes y ponentes con respecto a la coordinación del evento.
- ❖ Reconocer que las personas que presentan algún tipo de discapacidad tiene la apertura de asistir a los Congresos, Convenciones y cualquier tipo de eventos, por lo que es importante saber qué hacer y como dirigirse a ellos.



*Los débiles, tiemblan ante la opinión,
Los tontos la desafían,
Los sabios, la juzgan;
Los expertos la dirigen.*

12. LOS DETALLES QUE NO SE DEBEN OLVIDAR

12.1. CREATIVIDAD: Un ingrediente importante en los eventos

La creatividad no se refiere exclusivamente a la creación de un logo de convención o su lema, tampoco es limitativo de la ambientación artificial y mucho menos se refiere exclusivamente a las presentaciones audiovisuales o los espectáculos audiovisuales.

La creatividad en una convención debe incluir todo esto y MÁS. La creatividad en un evento se refiere en la medida de lo posible a aplicar ideas que pueden tener un costo o no, de manera que el participante reciba en su percepción del evento, una experiencia o sensación de bienestar fuera de lo común en pequeños o grandes detalles que le den un recordatorio permanente y sobre todo...grata.

¿Quién debe ser creativo?... el organizador, el anfitrión. No a todos se les facilita este elemento de la planeación y esto no es razón para descuidar tan importante renglón el OCC aunque no tenga la facilidad debe apoyarse en gente que sí la tiene; pero, ¿quién si no él o ella misma?. Hay casas de incentivo en México con ideas, hay casas de audiovisuales, agencias de publicidad y también hay hoteles que están dispuestos a llegar a los extremos para complacer al cliente y hacerlo regresar. Todos éstos, separados o en conjunto pueden lograr un evento creativo e inolvidable.

Hay un elemento fundamental en la percepción creativa... las damas. Si hay una convención a la que asisten damas, el evento hay que pensarlo para ellas y no para ellos. Son ellas las que en general reconocen y valoran los más pequeños detalles. La creatividad, aunque no es exclusiva de ellas, es más apreciada y recordada por ellas que por los caballeros.

En los eventos debemos pensar en la "ambientación". Una convención, un congreso o un viaje de incentivo, no es solamente transportación, hospedaje, alimentos, bebidas y sesiones de trabajo es mucho más que eso, es desarrollar una sensación en cada participante que sea totalmente diferente a lo que está acostumbrado a recibir, con el fin de que se sienta, si no totalmente transportado, si parcialmente motivado a pensar que está en un momento extraordinario, que se sienta privilegiado de ser de los pocos que gozan de estas experiencias. Debemos generar tal reacción en el participante, que lo motive a que sus experiencias sean parte de conversación con sus familiares de regreso a casa, con sus amigos y sobre todo que nunca se le olvide lo que vivió. De preferencia el evento debe ir de menos a más, siempre cerrar con lo máximo y dejar al principio lo menos importante.



Para planear un evento con creatividad hay que imaginarse lo que ocurrirá con cada paso de nuestro programa y disfrutarlo, como si estuviéramos planeando una reunión en nuestra propia casa y quisiéramos que todos nuestros invitados se llevaran la mejor impresión de regreso a la suya.

12.2. PRINCIPALES INSUMOS REQUERIDOS PARA LA REALIZACIÓN DE UN EVENTO.

La interdependencia entre las condiciones de aprendizaje y la productividad ha tardado mucho tiempo en reconocerse debidamente, actualmente el ambiente físico en el que se trabaja se considera como un elemento crítico para determinar la eficiencia del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Los insumos, que conforman el ambiente físico, son todo aquello que ingresa a un sistema, esto es, los recursos con los que se cuentan; son importantes ya que en la realización de un evento auxilian para la transmisión de conocimientos en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Es por ello que los insumos adquieren un valor significativo para el éxito de cualquier evento afectando, de ser posible, todos los sentidos del organismo.

A continuación mencionaremos los principales insumos que se requieren.

A. MATERIALES DIDÁCTICOS

Los materiales didácticos, como ya lo mencionamos anteriormente, son aquellos que coadyuvan a facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje, ya que ofrece la posibilidad de interpretar la realidad e ilustrar gráficamente los mensajes que se desean comunicar.

B. EQUIPO DIDÁCTICO

El equipo didáctico lo constituyen los aparatos que auxilian en la presentación de algunos materiales didácticos (pizarrón, cañón, retroproyector, rotafolio, grabadora).

C. ORDEN Y LIMPIEZA

El orden en el caso de una aula, debe abarcar todo o que se refiere a la pulcritud y al estado general de conservación, esto permite que antes de cualquier evento se cuide el mínimo detalle previniendo lo inesperado como los accidentes y contribuyendo además una buena imagen.

La limpieza tiene la misma importancia que el orden, ya que también ayuda a mantener una actitud favorable. El local deberá mantenerse perfectamente limpio, por lo que se deberá efectuar el aseo después de cada evento, manteniéndolo en esas condiciones hasta el momento en que se ocupen nuevamente.

Es importante supervisar la limpieza diaria, el acomodo y distribución del mobiliario.

D. COLORES

Los colores de una aula y todos los que se manejen en la elaboración de los materiales didácticos, son importantes para que se de armonía dentro de un grupo.

Comúnmente el color de las aulas es blanco, aunque en ocasiones encontramos lugares con tonalidades claras similares al blanco, como son el beige, champagne y perla.

E. MÚSICA

La música puede provocar tanto fenómenos de tensión, como estados de relajación. Aún en esas formas simples la música evoca sensaciones, estados de ánimo y emociones.

Dentro de la capacitación puede tener una proyección sociabilizadora, ya que además de fomentar la creatividad, se puede trabajar en reposo, con técnicas de relajamiento e inclusive otras técnicas de aprendizaje.

F. MONTAJES Y MOBILIARIO

Cuando el coordinador conoce el tipo de evento que se llevará acabo, deberá tomar en consideración algunos aspectos para poder iniciar la distribución del mobiliario, como por ejemplo: comodidad , tamaño del aula, fluidez en el tráfico, descansos, materiales y equipo didácticos a utilizar, duración del evento, buena visión, etcétera.

Este aspecto lo conocemos con el nombre de **montajes de salones** y consiste básicamente en la colocación ordenada de las mesas y sillas en función, del número de participantes y de la solemnidad del evento que se celebre.

Cabe señalar que es recomendable mantener comunicación constante con la persona encargada de realizar estas funciones, así como con el ponente o instructor en turno y tener a tiempo la disposición del aula.

Los montajes más usuales se presentan en el capítulo 15.

G. LUZ

La iluminación de una aula de capacitación es importante, ya que permite la buena visión tanto a los participantes como al instructor o ponentes.

Para cada evento se debe verificar que la luz sea la apropiada al tamaño de la sala y que la intensidad no sea molesta a la visibilidad (ni demasiado alumbrado, ni demasiado oscuro).

Cabe mencionar, que una acertada combinación de colores en el interior de aulas contribuye en gran medida a una buena iluminación.

H. VENTILACIÓN.

Se ha comprobado científicamente que, para un sano y efectivo funcionamiento del cerebro principalmente, y en general de la fisiología humana, es necesario que haya una adecuada ventilación.

Es aconsejable que las aulas de capacitación estén rodeadas de espacios verdes, que además de brindar la ventaja del aire puro, son gratos a la vista del participante. También es importante tomar en cuenta el tamaño de las ventanas, el aire acondicionado y la época cuando se lleva a cabo el evento, de manera que se utilicen adecuadamente para que la temperatura sea apropiada.

I. CAFETERIA

El servicio de cafetería es un complemento de la atención hacia los asistentes, durante el evento.

En la planeación del mismo se deberá tener contemplado la contratación del servicio o bien, que el coordinador supervise que la persona indicada (dentro del lugar sede) tenga previstos los elementos necesarios.

El tiempo asignado para este servicio, estarán previamente establecidos en el programa del evento por los organizadores, tomando en cuenta el horario, la duración y el tipo de evento del que se trate.

Es importante que exista este servicios, ya que los elementos utilizados (azúcar, café, dulces, galletas, etc.) sirven como energizantes durante el evento y por otra parte, este tiempo permite a los participantes realizar actividades particulares como un contacto más directo entre ellos, hablar por teléfono, acudir al sanitario o simplemente como tiempo de esparcimiento.

J. CONSIDERACIONES GENERALES

Se recomienda contar con ceniceros, botes de basura y jarras de agua. Además, hay que cuidar que la puerta de acceso a la sala no esté cerca del ponente o instructor, sino a espaldas o al lado del participante.

Hay que evitar el ruido exterior, para que permita la libre expresión de los participantes durante los ejercicios.

Se recomienda que el coordinador y el ponente o instructor conozcan las salas antes de iniciar, con el fin de que puedan planear las dinámicas y las estrategias convenientes para conducir al grupo.

Es importante contar con una lista de requerimientos de apoyos y servicios para la realización de eventos. (ver anexo 10).

12.3 ¿QUE HACER ?...Quejas y sugerencias de los participantes.

Es muy importante tener en cuenta la responsabilidad que se tiene al realizar eventos, e identificar cualquier falla presenciada por los participantes, ya que con base a este se mejorará la calidad en el servicio mediante la queja, opinión o sugerencia. A continuación se hará mención del papel que juega en el intercambio de información entre el que sirve y el que es servido.

Son dos las opciones de actitud que tiene la organización del evento para recibir y procesar sus quejas, con arrogancia y con humildad. ¿Cuál escoger?.

ARROGANCIA. Altanería, soberbia, orgullo, presunción.

HUMILDAD. Virtud consistente en saber con precisión nuestra verdadera naturaleza, sin pretender ser más, ni menos, procediendo de conformidad con este conocimiento. acción voluntaria, por conciencia de las insuficiencias cometidas.

La humanidad es la principal característica que deben tener las empresas para ser capaces de aceptar, canalizar, y no solo eso, sino también facilitar los medios usuarios o consumidores para que se quejen de una manera más formal y efectiva.

El Cliente "siempre" tiene la razón y por ningún motivo se debe provocar una discusión con él.

Identificar las fallas más comunes y capacitar al personal en la mejor de éstas. Crear en el personal la cultura de humildad y buena voluntad, tanto hacia los clientes como hacia la empresa misma, es una labor sin fin.

Debe existir, gracias a la información recabada por todos los colaboradores, un registro de las inconformidades más comunes de los participantes del evento.

Con estos datos, los organizadores están en posición de enfocar sus esfuerzos, distribuir prioridades y tomar decisiones oportunas en beneficio de los participantes.

Por medio del análisis de quejas, deben encontrarse estrategias y descubrirse los motivos de los fondos que causan que las cosas no funcionen debidamente. Siempre existirán personas ventajosas y deshonestas que buscan la manera de obtener algún beneficio expresando una inconformidad falsa.

Para saber qué hacer con las quejas de los clientes se sugiere seguir el siguiente método que se describe a continuación:

- **Enfocar el problema.**

Permitir al participante expresar libremente su inconformidad o sugerencia, escuchándolo atentamente e interesándose en identificar el problema principal.

- **Reconocer el problema**

Una vez que el participante se ha expresado y se ha tenido la habilidad de descartar lo no relevante, es posible reconocer el problema.

- **Responder**

La persona que esté atendiendo el problema debe tener la capacidad de resolverlo y explicarle al participante de manera clara y sencilla las medidas que se tomarán.

- **Disculparse**

Aunque el participante no tenga la razón o no esté bien fundamentada su queja, el encargado de atenderlo debe pedir una disculpa con humildad.

- **Actuar**

El personal tiene las facultades necesarias para solucionar de manera inmediata las quejas o problemas de los participantes. En caso de ser un problema mayor se transmitirá directamente con el coordinador genera o responsable del evento.

- **Seguimiento**

Una vez aplicadas las medidas para resolver las inconformidades, se debe verificar que en verdad se haya ejecutado y que los motivos de la queja no se vuelvan a repetir.

12.4 ¿CÓMO DIRIGIRSE A LAS PERSONAS QUE PRESENTAN ALGÚN TIPO DE DISCAPACIDAD?

Los efectos educativos que rodean a la discapacidad han variado en las distintas épocas y culturas. Es sabido que a las personas con discapacidad se les consideró no educables. Ahora hay una nueva iniciativa mundial para establecer en los países una política pública que propicie una cultura para la condición educable de los individuos con discapacidad.

Esta política pública pretende reconocer sus diferencias y las habilidades que han adquirido, siempre y cuando no constituya una injusta desigualdad.

A continuación se proponen algunas recomendaciones para trabajar con personas especiales, utilizando el lenguaje apropiado, cuidando así todas susceptibilidades:

- Las personas con discapacidades no son enfermos. La mayor parte de las discapacidades son una condición del ser.
- Si es necesario mencionar la condición de una persona con necesidades especiales, debe hacerse con naturalidad, recordando que primero está la persona y luego la condición. Lo correcto es decir: una persona ciega o una persona con parálisis.
- No utilizar diminutivos como: cieguito, cojito, sordito, etc. Ya que no disminuyen la capacidad, sino a la persona.
- Evitar los términos que tengan carga despectiva como: inválido, tullido o anormal.
- Eliminar de nuestro lenguaje los términos melodramáticos como: "pobrecito", "desdichado" o "atado a una silla de ruedas".
- Cuando no sepamos como ayudar a una persona, solo hay que preguntar con naturalidad.

Debemos estar capacitados para recibir y atender personas que requieran de apoyos distintos, en primer lugar sino tenemos conocimiento de que entre los participantes se encuentran personas con discapacidad, debemos estar preparados si asistieron al momento del evento, ya que debemos realizar las adecuaciones necesarias para favorecer su aprendizaje, tales como ubicación dentro del aula, iluminación, apoyos didácticos, guías, etc. Es conveniente la participación o la consulta de un pedagogo para el apoyo en las adecuaciones didácticas en el aprendizaje tanto en el material, la técnica de trabajo e instalaciones.

12.5 SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

A continuación se presentan algunas sugerencias y recomendaciones, con el objeto de contribuir al buen desempeño de coordinadores de eventos de capacitación.

-  Es importante considerar con anticipación, las actividades que se realizarán durante las sesiones.
-  Analizar los diversos elementos que intervienen en los eventos y tener así la posibilidad de prever el control de situaciones que se presenten.
-  Antes de iniciar cada sesión, revisar el buen estado de materiales y equipo didáctico.
-  Tanto los participantes como los instructores o ponentes, se sentirán motivados para trabajar, si se encuentran en aulas o auditorios aseados. Se sugiere, dejar el aula o auditorio en condiciones adecuadas para el día siguiente.
-  Es conveniente colocar las hojas de rotafolio, acetatos, franelógramas y magnetogramas, filminas y diapositivas, en la secuencia en que se vayan a proyectar.
-  También es importante revisar los contenidos de películas, videos y audio cassettes, previniendo así posibles fallas.
-  Al término del evento, el coordinador podrá dar a los participantes información sobre los próximos eventos a efectuarse.
-  Llevar un control de tiempo; hora de entrada, salida, recesos, comida, etc.
-  Debido a las funciones que desempeña el coordinador, este puede ser considerado por el grupo o por el instructor o ponente, como una autoridad o espía, por lo que se recomienda que trate en lo posible de integrarse al grupo.
-  Todo coordinador deberá ser lo suficientemente maduro para aceptar las críticas o sugerencias, que los participantes, instructores o ponentes hagan.
-  Es recomendable tener actualizados los datos de los participantes, instructores ponentes del evento, para realizar un directorio.

-  Se sugiere que el coordinador esté presente antes del evento, con 1 hora o 2 según la dinámica del mismo.
-  El coordinador deberá verificar la excelente presentación de los materiales didácticos.
-  Si durante el evento surgiera un conflicto entre los participantes, instructores ponentes y organizadores, el coordinador deberá mostrarse imparcial, tratando de conservar el dominio de la situación sin alterarse.
-  Utilizar todos los medios y capacidades que el coordinador posea, para ayudar a los asistentes en general de un evento.
-  El éxito de un buen coordinador, depende en gran medida, de la capacidad que posea de orientación y convencimiento, y no de imposición con actitudes agresivas, irónicas o de prepotencia, ya que debe proporcionar la participación y la motivación.

AUTOEVALUACIÓN CAPÍTULO XII

1. ¿Qué significan insumos?

5. Menciona y define 5 insumos que se requieren para el ambiente físico en un evento de capacitación.

6. Menciona el método que se debe seguir con las quejas de los participantes en un evento.

7. Responde V (verdadero o F (falso) según corresponde.

- a) las personas con discapacidad no son enfermos ()
- c) para dirigirse a una persona con discapacidad se utilizan términos "sutiles" como cieguito, sordito, etc. ()
- c) Debemos ser capaces de atender personas con discapacidad porque se merecen un trato de igualdad ()
- d) las personas con algún tipo de discapacidad por su bien y dificultades no pueden asistir a los eventos ()

CAPITULO XIII

TRANSPORTACIÓN

OBJETIVOS:

- ❖ **Seleccionar los medios de transporte tomando en cuenta algunas consideraciones para contratar el servicio.**
- ❖ **Identificar los apoyos que se reciben de un operador terrestre y del Conclerge.**

"Nadie sabe tanto como todos juntos".
Jaime Grados Espinoza.

13. TRANSPORTACIÓN

13.1. ¿Cómo elegir el transporte adecuado?

Planificar el sistema y logística del transporte requiere de invertir tiempo durante varios meses antes del evento.

Generalmente las necesidades de transporte son diferentes para cada evento.

Se debe considerar el número de participantes para seleccionar y contratar el tipo de vehículos y su capacidad, para presentar un servicio eficiente en cada actividad. (ver anexo 11)

Algunas consideraciones para contratar el servicio de autobuses de pasaje son:

- La reputación de la empresa.
- El precio del servicio.
- Experiencia en manejo de grupos.
- Antigüedad en el giro.
- El modelo y tipo de autobuses y los servicios que proporcionan (aire acondicionado, asientos reclinables, edecanes, sistema de comunicación, etc.)
- La calidad y profesionalismo del personal.

Se debe de plantear claramente las necesidades con el contratista para que no haya malos entendidos.

El número y tipo de vehículo dependerá de los programas de cada evento y de la cantidad de participantes.

Verificar que los transportes tengan seguro de daños y accidentes.

Coordinar con el área de operación la contratación del servicio ya que esta es la responsable durante todo el evento.

Cada autobús debe tener en el parabrisas frontal un número que identifique ruta así como la agrupación o empresa a que pertenece para su fácil identificación.

Informar del procedimiento para el uso de este servicio a los participantes.

13.2 DOS APOYOS INCONDICIONALES

Existen dos personas dentro de los congresos y convenciones que nunca te fallarán: el operador terrestre y el Concierge.

Un operador terrestre, como se le llama a la empresa de viajes que tiene una oficina en el destino que hemos seleccionado para llevar a cabo nuestra convención, viaje de incentivo o congreso, cuenta con el equipo de cómputo, radiocomunicación, personal capacitado, etc., conocimientos y experiencia necesarios para ayudar al OCC significativamente, durante el desarrollo del evento e incluso desde la planeación.

Al contratar un operador que ayude en la operación del evento, se puede ahorrar el tiempo y dinero que se gastaría en llevar todo el staff.

Conviene contratar un operador, porque:

- 1) Como es originario del lugar conoce perfectamente los mejores sitios por visitar como playas para nadar sin riesgos, paisajés para tomar fotos, los horarios de apertura de los museos, lugares de interés turístico, las mejores tiendas y almacenes para hacer compras, etc.
- 2) Puede recomendar al OCC los mejores restaurantes, sobre todo puede decir si el servicio y la calidad de los alimentos es buena o no.
- 3) Puede auxiliar al OCC en la contratación de diversos tipos de servicios que no se tenían previstos como edecanes, transportación especial para VIP'S, grupos musicales, equipo audiovisual, etc. Muchas veces el operador puede conseguir mejores precios y tarifas que los que le puedan dar directamente al OCC.
- 4) El operador puede coordinar a los maleteros para llevarlos al autobús, además ayuda al OCC (mientras éste se hace cargo del grupo) para estar rastreando el equipaje perdido (en caso de existir) en línea aérea hasta su pronta recuperación y hacerlo llegar al pasajero.
- 5) En los cambios de vuelos de los participantes.
- 6) En los tiempos de recorrido o camino a los lugares por visitar.
- 7) En casos en los que por desgracia algún participante sufriera un accidente se hace cargo de llevarlo al hospital o doctor más cercano.
- 8) Sabe como tratar con los taxistas de la región.

Informar del procedimiento para el uso de este servicio a los participantes.

13.2 DOS APOYOS INCONDICIONALES

Existen dos personas dentro de los congresos y convenciones que nunca te fallarán: el operador terrestre y el Concierge.

Un operador terrestre, como se le llama a la empresa de viajes que tiene una oficina en el destino que hemos seleccionado para llevar a cabo nuestra convención, viaje de incentivo o congreso, cuenta con el equipo de cómputo, radiocomunicación, personal capacitado, etc., conocimientos y experiencia necesarios para ayudar al OCC significativamente, durante el desarrollo del evento e incluso desde la planeación.

Al contratar un operador que ayude en la operación del evento, se puede ahorrar el tiempo y dinero que se gastaría en llevar todo el staff.

Conviene contratar un operador, porque:

- 1) Como es originario del lugar conoce perfectamente los mejores sitios por visitar como playas para nadar sin riesgos, paisajes para tomar fotos, los horarios de apertura de los museos, lugares de interés turístico, las mejores tiendas y almacenes para hacer compras, etc.
- 2) Puede recomendar al OCC los mejores restaurantes, sobre todo puede decir si el servicio y la calidad de los alimentos es buena o no.
- 3) Puede auxiliar al OCC en la contratación de diversos tipos de servicios que no se tenían previstos como edecanes, transportación especial para VIP'S, grupos musicales, equipo audiovisual, etc. Muchas veces el operador puede conseguir mejores precios y tarifas que los que le puedan dar directamente al OCC.
- 4) El operador puede coordinar a los maleteros para llevarlos al autobús, además ayuda al OCC (mientras éste se hace cargo del grupo) para estar rastreando el equipaje perdido (en caso de existir) en línea aérea hasta su pronta recuperación y hacerlo llegar al pasajero.
- 5) En los cambios de vuelos de los participantes.
- 6) En los tiempos de recorrido o camino a los lugares por visitar.
- 7) En casos en los que por desgracia algún participante sufriera un accidente se hace cargo de llevarlo al hospital o doctor más cercano.
- 8) Sabe como tratar con los taxistas de la región.

¿Cómo saber si se está contratando al operador ideal?

Esto se puede saber; comenzando por la oficina, preguntando a los hoteleros y otros prestadores de servicios y pidiendo referencias de ellos; por la capacidad de respuesta a las dudas e inquietudes del OCC, si contesta con rapidez, quiere decir desde el principio que se trata de un operador serio y responsable.

Se puede corroborar la calidad de sus servicios durante el viaje de inspección, si llega a tiempo al aeropuerto a recibir al OCC ya tiene otro punto a su favor. Si demuestra seguridad y confiabilidad quiere decir que es el "Operador Ideal".

Adicionalmente se puede juzgar al operador por el factor "precio", pero éste es el último punto en el que debe basarse la toma de decisión.

En la antigüedad era el Concierge quien custodiaba las llaves de los castillos y palacios de Europa, recibía a los visitantes a su llegada, los atendía y se aseguraba de que todas sus necesidades fueran satisfechas.

Hoy, como en aquel entonces tiene como actividad principal hacer a los huéspedes sentirse bienvenidos y brindarles ayuda durante su estancia.

Entre las características de un Concierge, se encuentra el ser perseverante, flexible, entusiasta, tener buen sentido del humor y una enorme paciencia, cortesía y ética. Tiene la necesidad de ayudar y servir a la gente y es por ello que su labor es extremadamente intensa. Es abierto, le gusta organizar, tiene la capacidad de estar en varias cosas a la vez y garantizar que sus huéspedes disfruten al máximo cada momento en cualquier ocasión.

La profesión de Concierge requiere un alto sentido de responsabilidad, nunca dice "NO" siempre hará hasta lo imposible para satisfacer al huésped, agotará todas las responsabilidades y tendrá a la mano alternativas. No lo sabe todo, pero siempre se las arregla para averiguar cualquier cosa. Sabe cuál es el mejor lugar para comer, dormir, comprar o divertirse.

Un Concierge puede cepillar el traje de un huésped o pegarle un botón cuando el tiempo apremia y también puede conseguir una excelente mesa de último momento.

Tiene gran orgullo en sugerir siempre lo mejor. El visitante es quien reconoce al Concierge ya sea con una propina o regresando a su escritorio para darle las gracias.

La posición de Concierge es sumamente visible en los hoteles. Su escritorio se localiza el Lobby y su uniforme se destaca por su elegancia.

AUTOEVALUACIÓN

CAPÍTULO XIII

A continuación responde a las siguientes preguntas como una forma de retroalimentación al aprendizaje obtenido a éste capítulo.

1. Menciona tres consideraciones para contratar el servicio de autobuses.

2. Se le llama "operador terrestre" a:

- a) El servicio de un autobús
- b) La persona que opera un vehículo
- c) Una empresa de viajes.

3. Razones por las que conviene contratar a un operador terrestre:

4. ¿Qué es un conserje?

- a) Es la persona que se encarga de hacer sentir bien a los asistentes del evento, se asegura de cubrir todas las necesidades de los mismos.
- b) Es el lugar donde se lleva a cabo el control de entrada y salida de los participantes.
- c) Es la persona que se encarga de mantener limpias las aulas de trabajo.

5. Son las características del conserje:

- a) perseverante, flexible, entusiasta, con la misión de servir.
- b) Orienta sobre lugares de interés común, elegante y serio.
- c) Organización, control y planeación de las entradas y salidas de los participantes al hotel.

CAPITULO XIV

EVALUACIÓN DE LOS EVENTOS

OBJETIVOS:

- ❖ Identificar la importancia de contar con una metodología para la evaluación integral de un evento.
- ❖ Identificar los factores principales para la evaluación de un evento.
- ❖ Diseñar y aplicar las cédulas de evaluación en un evento.

*Si ante la insistente gota de agua
La roca se perfora,
Ante la tenacidad del hombre
La palabra imposible se evapora.*

14. EVALUACIÓN DE LOS EVENTOS

14.1. Consideraciones para la evaluación de los eventos.

Contar con una metodología para hacer una evaluación integral de cualquier evento, es un elemento de gran utilidad para los organizadores. Permite evaluar lo siguiente de una manera integral y con un criterio sistemático a los integrantes del comité organizador, las diferentes actividades en los particular y os procesos de organización del evento.

Conocer las oportunidades y los puntos fuertes del comité organizador y de la organización en general, y detectar las debilidades que se deben corregir para preparar un plan estratégico para el mejor desarrollo del evento.

Identificar en forma específica aquellas áreas de la organización que presentan niveles críticos y que seguramente están afectando directamente la consecución de los objetivos generales marcados por el comité organizador.

De manera muy especial, puede contribuir para establecer la dirección del cambio de modelos administrativos y operacionales, plantear nuevas estrategias y ajustar estructuras organizacionales.

Hay que planificar la forma y método para evaluar antes, durante y después del evento.

Los factores principales para evaluar son:

- Si se alcanzó el objetivo general del evento.
- Si las estrategias planificadas y diseñadas funcionaron.
- Si los programas se cumplieron en su totalidad y con qué nivel de calidad.
- Si los resultados obtenidos eran los esperados.

Una forma sencilla de evaluar, es por la cantidad de participantes inscritos y la utilidad que se obtuvo; en muchos eventos es la forma de decidir si hubo éxito o fracaso en la realización del evento.

Pero también es importante evaluar si los participantes estuvieron satisfechos con los que recibieron durante el evento.

Es conveniente durante el evento aplicar a los participantes cuestionarios para conocer su sentir sobre la realización en general.

INDICADORES

Algunos indicadores que se pueden utilizar para medir el resultado del evento son los siguientes:

- ✂ Participantes esperados vs. asistencia real.
- ✂ Cuotas cobradas vs. cuotas esperadas.
- ✂ Ponentes esperados vs. Ponentes que asistieron.
- ✂ Iniciación de eventos en horarios programados vs. Retrasos.
- ✂ Gastos esperados vs. Gastos reales.
- ✂ Participantes satisfechos vs. Participantes no satisfechos.
- ✂ Ingresos presupuestados vs. Ingresos reales.

También se pueden utilizar un cuestionario para que los participantes evalúen el evento y para conocer su punto de vista sobre los resultados obtenidos en los particular. (ver anexo 12 y 13).

Evaluación personal

También se debe evaluar al coordinador general y sus colaboradores; algunas de las preguntas que se pueden hacer son:

1. ¿He sido un buen coordinador?

2. ¿Estoy satisfecho con los logros alcanzados?
3. ¿Trabajé organizadamente y utilicé correctamente los papeles de trabajo?.
4. ¿Las actividades se realizaron en los horarios previstos?
5. ¿Qué es lo que más me gustó del evento?
6. ¿Qué es lo que menos me gustó del evento?
7. ¿Con quién me gustaría volver a realizar un evento y con quién no?
8. ¿Logre resolver todos los imprevistos a tiempo?

La evaluación debe ser un proceso a corto, mediano y largo plazo ya que algunos beneficios son de inmediato y otros no lo son.



AUTOEVALUACIÓN CAPÍTULO XIV

A continuación responde a las siguientes preguntas como una forma de retroalimentación al aprendizaje obtenido a éste capítulo.

1. La evaluación de una evaluación a los eventos permite a los organizadores:

- a) Emplear una metodología de evaluación.
- b) Conocer las oportunidades y los puntos fuertes y detectar debilidades.
- c) Cambiar al comité organizador por personas más eficientes.

2. Menciona tres indicadores que pueden ser utilizados para medir el resultado de los eventos:

3. Elabora tres preguntas para evaluar al comité organizador:

4. elabora tres preguntas dirigidas a los participantes con respecto a lo que les pareció el evento.

CAPITULO XV

MONTAJES

OBJETIVOS:

- ❖ Reconocer la importancia de la planificación del montaje dentro del aula donde se llevará a cabo la actividad de trabajo.
- ❖ Distinguir los diferentes tipos de montajes que pueden ser utilizados en un evento para una mejor dinámica de trabajo



*"Las personas no pueden estar bien
en un área de su vida y mal en otra.
La vida es un todo indivisible".*

(Mahatama Gandhi)

15. MONTAJES

15.1. Características de los diferentes tipos de montaje.

En la planificación del montaje hay que considerar que todos los participantes tengan buena visión, comodidad, espacio, así como el tráfico de personas, servicios de alimentos y café, y acceso cercano a sanitarios y teléfonos.

Dependiendo del tipo de actividad y los horarios, se puede presentar la necesidad de cambiar la escenografía y los montajes de los salones, por lo que hay que considerar los tiempos y movimientos necesarios para no desfasar el programa original.

Para la distribución de las jarras de agua y los ceniceros en las mesas de trabajo y presidiums, no hay reglas; la experiencia ha demostrado que poner una jarra y un cenicero cada cinco personas es lo adecuado.

En los salones muy grandes se pueden instalar servicios con agua, refrescos, café y galletas.

Para calcular el tiempo necesario, para la entrada y salida de los participantes a los auditorios y salones, hay que conocer el tamaño y cantidad de puertas en cada salón en particular.

Dependiendo de los diferentes tipos de convenciones y del espacio con que se cuente, las sillas, mesas y la mesa de los ponentes se acomodan de diferentes formas, a estas formas se les llama montajes, existen diferentes tipos de montajes, como son :

- Auditorio de Convenciones
- Auditorio semicircular con y sin pasillo central
- Auditorio en forma de V
- Auditorio con sillas para escribir
- Aula
- Aula estilo perpendicular
- Aula invertida en forma de V

- Mesas redondas se usa para trabajo con equipos y facilitan el arreglo para una comida posterior.

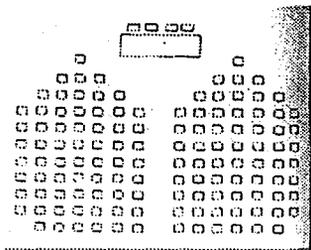
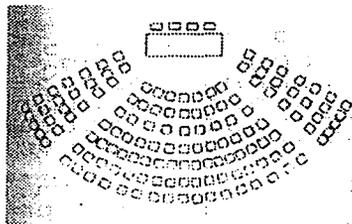
Colocación de mesas para juntas:

- En forma de U
- En forma de E
- En forma de T
- Mesa para directores
- Mesa Oval para directores
- Cuadro con hueco
- Mesa en forma de herradura
- Mesa en forma de ovalo

Montaje de auditorios.

Auditorio semicircular con bloqueo central y alas curvadas.

La mesa puede ser colocada de igual forma que el tipo "convencional". Tiene un bloqueo central de 12 a 15 sillas por hilera y a cada lado un pasillo de 1.20 m de ancho. Cada lado cubre la parte de las alas teniendo cuidado de mantener los pasillos como en el ejemplo.

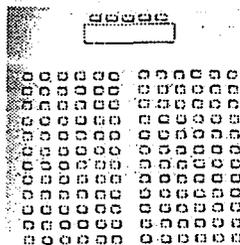


Auditorio en forma de "V"

La mesa principal se coloca al frente, las primeras dos sillas indican la anchura del pasillo central (de 1.20 m a 1.50 m), y debe estar a 3 m o 3.50 m del borde de la mesa principal. Las filas deberán estar alineadas en forma recta dirigiendo las sillas hacia la mesa en un ángulo de 30 cm. Este tipo de montaje es usado en eventos de carácter protestal por el emblema de "V" que significa victoria.

Auditorio tipo "Escuela"

En éste se utilizan sillas con brazo que sostiene una tabla de tamaño regular para recargarse y escribir. La distancia que debe haber entre centro y centro es de aproximadamente 75 cm. Se debe colocar un cenicero en cada una de las sillas, la jarra con agua debe ser colocada sobre una pequeña mesa cerca de la entrada y también se proveerá de ello a la mesa principal.

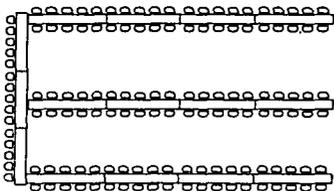


Montaje de mesas

Mesa en forma de "U"

Las mesas deben estar cubiertas hasta el ras del piso en la parte frontal y a los lados de la "U", los pliegues del mantel deben centrarse y formar una línea continua a lo largo de la mesa.

El agua se coloca en sitios estratégicos, si se esperan más de 60 personas se coloca en la entrada, también debe disponerse de un cenicero por cada 6 personas, y colocar las sillas aproximadamente a 35 cm de la mesa para facilitar el acceso. Esta estructura es peculiar y se monta con tableros rectangulares. Para lograr la variante en "Herradura", se utilizan dos serpentinatas en la cabecera para realizar las uniones.

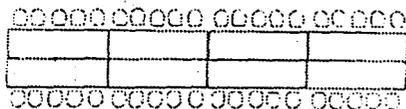
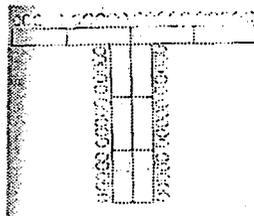


Montaje en forma de "E"

Se basa en el montaje de la mesa en "U", tiene una hilera adicional de tableros con una distancia de 1.20 m entre los respaldos de las sillas colocadas dentro de los lados de la "E"

Montaje en "T".

En este modelo se colocan las mesas de 1.80 m x 75 cm, según lo disponga el número de asistentes, esta modalidad se utiliza para destacar a las personas importantes y se deben dar 70 cm de espacio para cada persona.

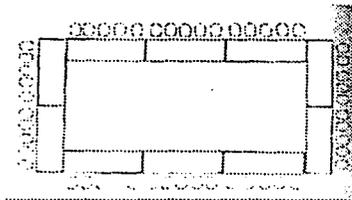


Mesa para "Junta de directores".

Esta modalidad sugiere utilizar mesas de doble ancho, se debe dar un espacio aprox. de 70 cm para cada persona, una variante de ésta es el montaje de Junta de directores en óvalo.

Mesa en forma de "cuadro cóncavo".

Es similar al montaje en forma de "U", a diferencia de que ésta es cerrada. Las sillas son colocadas únicamente en la parte externa del cuadrado. En algunos casos este montaje es utilizado para reuniones informales. Otra variante es cerrar los extremos con dos serpentinadas adicionales, logrando el montaje "cóncavo circular".



Montaje en hilera tipo escuela.

Aquí las mesas son alineadas en hileras de dos a tres, con un pasillo de buen tamaño a los lados y el centro debe ser de un metro aproximadamente.

Montaje de mesa tipo "Escuela"

Las hileras de mesas son colocadas en forma perpendicular de la mesa de oradores a todo lo largo del salón. Los participantes se sientan a ambos lados para quedar uno frente a otro, cada persona tiene de 60 cm a 80 cm para trabajar, es necesario dar un cuarto de giro a las sillas en dirección a la mesa de los oradores para mayor comodidad de los asistentes.

La mesa de los oradores está aproximadamente a 2 m de las sillas de las primeras mesas.



S
O
X
M
Z
A

ANEXO 1



Acapulco, Gro., a 02 de Julio del 2001.

CARTA CONVENIO

PROF. JAVIER VEGA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MEXICO
PRESENTE

REF.: GRUPO/ UNAM
OCTUBRE 19-21,01'
60 HABITACIONES DOBL/TPL

Estimado Prof. Vega:

Antes que nada permitame enviarle un cordial saludo y a la vez agradecer su preferencia por nuestro HOTEL CONTINENTAL EMPORIO ACAPULCO, como persona sede para su evento mencionado en la referencia, a continuación sirvase encontrar carta convenio para la misma.

➤ PLAN EP/ SIN ALIMENTOS

<u>HABITACION:</u>	<u>TARIFAS:</u>
SENCILLA / DOBLE	\$ 668.00
TRIPLE	\$ 870.00

Favor de agregar el 15% de iva y el 2% de impuesto estatal, ambas tarifas no comisionables

PROPINAS:
BELL - BOYS
CAMARISTAS

\$ 25.00 p/persona entrada y salida.
\$ 10.00 p/cuarto por noche.

➤ PLAN / TODO INCLUIDO

<u>HABITACION</u>	<u>TARIFAS</u>
SENCILLA	\$1000.00
DOBLE	\$1400.00
TRIPLE	\$1850.00

Precio diario por habitación. Tarifas netas no comisionables

COSTERA MIGUEL ALEMAN No 121, FRACC: MAGALLANES ACAPULCO GRO.
TEL: 01-74-69-05-64 al 66 / FAX: 01-74-84-21-25

★★★★
HE
CONTINENTAL
EMPORIO ACAPULCO

➤ **INCLUYE:**

- Habitación / vista al mar
- Desayuno Buffet
- Comida Buffet
- Cena Buffet
- Bebidas nacionales de 11:00 am a 23:00 pm
- Impuestos
- Propinas
- 2% Impuesto estatal

➤ **CORTESIA:**

- Una habitación en cortesía por cada 25 habitaciones pagadas en el plan contratado
- Salon para sesionar de acuerdo al número de habitaciones contratadas
- Equipo audiovisual existente en el hotel

➤ **POLITICAS DE DEPOSITOS:**

- El Hotel debera recibir esta carta convenio debidamente firmada a mas tardar el dia 03 de Julio del 2001.
- El Hotel debera recibir un deposito equivalente al 25% del total de habitaciones originalmente reservadas a mas tardar el proximo 20 de Julio del 2001, para garantizar de lo contrario el espacio quedará automaticamente cancelado.
- El Hotel deberá recibir un deposito equivalente al 75% restante para el dia 2 de Octubre del 2001.

Favor de realizar los pagos correspondientes con cheque o depositos bancarios a :

OPERADORA TURISTICA DE ACAPULCO S.A DE C.V
CUENTA BANCOMER BBV No 5881630-7 Suc 37

En caso de no recibir los depositos en las fechas estipuladas el Hotel podra disponer de las habitaciones.

➤ **CANCELACIONES:**

- 30 Dias antes de la llegada del grupo al Hotel se aceptarán cambios o cancelaciones que no excedan del 15% del total de habitaciones originalmente reservadas.
- De 20 a 15 dias antes de la llegada del grupo al Hotel se aceptarán cambios o cancelaciones que no excedan del 10% del total de habitaciones originalmente reservadas.
- De 15 a 10 dias antes de la llegada del grupo al Hotel se aceptarán cambios o cancelaciones que no excedan del 05% del total de habitaciones originalmente reservadas.
- De 09 a 0 dias antes de la llegada del grupo al Hotel no se aceptaran cambios ni cancelación alguna
- Cualquier cambio o cancelación posterior a las fechas arriba mencionadas tendran un costo de no show por una noche por habitación.

★★★★
H E
CONTINENTAL
EMPORIO ACAPULCO

➤ NO SHOW:

- En caso de no show, el Hotel hará un cargo de una noche por habitación cancelada

➤ ROOMING LIST:

- El Hotel deberá recibir la lista final de integrantes y programa de actividades que realizara el grupo a mas tardar 10 días antes de la llegada del grupo al Hotel.

Una vez más agradecemos su preferencia por el Hotel CONTINENTAL EMPORIO ACAPULCO, deseando que su estancia sea placentera, favor de firmar la presente.

Sin más por el momento quedo a sus órdenes y espero que disfruten de su estancia. Con todo el respecto, reciba un cordial saludo.

ATENTAMENTE

Ma. Estela Garcia R.
Gerente de Ventas

DE CONFORMIDAD

Prof. Javier vega
Presente

ANEXO 2

"VII CONGRESO NACIONAL DE CAPACITACIÓN INTEGRAL Y DE RECURSOS HUMANOS"
19, 20 Y 21 DE OCTUBRE DEL 2001.

EGRESOS

CONCEPTO	COSTO	ANTICIPO	FECHA	PAGO TOTAL	FECHA
HOTEL No. Cta. Para depositar (045442009429) Bilvao Vizcaya-Bancomer Srita. Magali Bustos	\$ 10,000.00	\$ 4,000.00	3-agosto-2001		
TRANSPORTE	\$ 15,400.00				

CONCEPTO	COSTO	ANTICIPO	FECHA	PAGO TOTAL	FECHA
PAPELERIA					
❖ cintas (4)	\$173.70			\$173.70	7-julio-2001
❖ disket 3.5	\$66.00			\$66.00	7-julio-2001
❖ cartucho laser	\$310.50			\$310.50	30-julio-2001
❖ mica guarda	\$50.61			\$50.61	17-julio-2001

CONCEPTO	COSTO	ANTICIPO	FECHA	PAGO TOTAL	FECHA
PUBLICIDAD					
❖ Dptico y Poster	\$ 2,300.00			\$2,300.00	30-JULIO-2001

CONCEPTO	COSTO	ANTICIPO	FECHA	PAGO TOTAL	FECHA
TELEFONO					
❖ Julio	\$ 1,029.00			\$ 1,029.00	25-julio-2001
❖ Agosto					
❖ Septiembre					
❖ Octubre					

ANEXO 2

"VII CONGRESO NACIONAL DE CAPACITACIÓN INTEGRAL Y DE RECURSOS HUMANOS"
19, 20 Y 21 DE OCTUBRE DEL 2001.

CONCEPTO	COSTO	ANTICIPO	FECHA	PAGO TOTAL	FECHA
MATERIAL AUDIOVISUAL					
❖ Películas "Mel"	\$ 12, 346.46	\$ 9, 000	30-sept-2001	\$ 3,346.46	3-agosto-2001

CONCEPTO	COSTO	ANTICIPO	FECHA	PAGO TOTAL	FECHA
MATERIAL IMPRESO					
❖ Constancias					
❖ Gafetes					
❖ Memorias					

EGRESO TOTAL DEL EVENTO

--

ANEXO 2

"VII CONGRESO NACIONAL DE CAPACITACIÓN INTEGRAL Y DE RECURSOS HUMANOS"
19, 20 Y 21 DE OCTUBRE DEL 2001.

INGRESOS

CONCEPTO	Costo por persona	No. De inscripciones realizadas	Ingreso total
PAQUETE: <i>(Hotel, inscripción y autobús)</i>			
Habitación sencilla	\$ 3, 800.00		
Habitación doble estudiantes	\$ 2, 500.00		
Habitación doble profesionistas	\$ 3, 200.00		
SÓLO INSCRIPCIÓN AL EVENTO			
Estudiantes	\$ 690, 00		
Profesionistas	\$ 1, 380.00		
ACOMPAÑANTES <i>(Hotel y autobús)</i>			
De estudiante	\$ 810.00		
De profesionista	\$ 1,820.00		
OTROS			

INGRESO TOTAL DEL EVENTO

--

ANEXO 4

CONFIRMACIÓN DE PARTICIPACIÓN PARA PONENTES MAGISTRALES Y DE MESA

1. DATOS GENERALES

NOMBRE:

CARGO LABORAL:

2. ESPECIFICACIONES DE LA PARTICIPACIÓN COMO PONENTE

A) TEMA DE LA PONENCIA:

B) DURACIÓN:

C) FECHA Y HORARIO DE PRESENTACIÓN:

D) LUGAR:

E) SALÓN:

F) TELÉFONO:

3. APOYOS AUDIOVISUALES Y DIDÁCTICOS QUE SE REQUERIRÁN EN LA PONENCIA.

	SI	NO	CANTIDAD
Proyector de acetatos	()	()	()
Rorafolio	()	()	()
Pantalla.	()	()	()
Reproductor de cassettes y/o CD.	()	()	()

Otros

4. RESPONSABLE DE LA RECEPCIÓN POR PARTE DEL COMITÉ ORGANIZADOR

NOMBRE:

COMSIÓN:

TELÉFONOS:

ANEXO 5

VII CONGRESO NACIONAL DE CAPACITACIÓN INTEGRAL Y DE RECURSOS HUMANOS
19,20 Y 21 de octubre del 2001.

HOJA DE REGISTRO

FECHA: _____

DATOS GENERALES:

NOMBRE: _____

APELLIDO PATERNO

APELLIDO MATERNO

NOMBRE

DOMICILIO PARTICULAR: _____

CALLE

No.

COLONIA

C.P.

MUNICIPIO

ESTADO

TEL. PARTICULAR: _____

INSTITUCIÓN O EMPRESA DONDE LABORA: _____

PUESTO: _____

DEPARTAMENTO: _____

DOMICILIO DE LA EMPRESA: _____

TELÉFONO: _____

FAX: _____

E-mail: _____

¿CÓMO SE ENTERÓ USTED DEL EVENTO? _____

¿CÓMO DESEA QUE APAREZCA SU NOMBRE EN LA CONSTANCIA? _____

GRACIAS POR SU COOPERACIÓN



COSTO DEL PAQUETE (HOTEL INSCRIPCIÓN AL CONGRESO Y AUTOBUS)

HABITACION SENCILLA: \$3,800.00
HABITACION DOBLE:
ESTUDIANTES: \$2,500.00 POR PERSONA
PROFESIONISTAS: \$3,200.00 POR PERSONA
NO INCLUYE EL PASAJE EN EL AUTOBUS QUE SE INCLUIRÁ EN EL PAQUETE INCLUSIVE
EL PAQUETE INCLUYE:

- INSCRIPCIÓN AL EVENTO
- HOSPEDAJE HOTEL CONTINENTAL EMPORIO ACAPULCO****
2 NOCHES Y 3 DÍAS DE HOSPEDAJE (ALL INCLUSIVE)
IMPUESTOS Y PROPINAS BEBIDAS NACIONALES, DESAYUNO, COMIDA Y CENA
CONSISTENCIA CON VALOR CURRICULAR
- AUTOBUS (ESTRELLA DE ORO) MEXICO-ACAPULCO-MEXICO
ISALE DE LA FACULTAD DE PSICOLOGIA C.U. A LAS 7:00 A.M. EL 19 DE OCTUBRE DEL 2000



UNICAMENTE INSCRIPCIÓN AL EVENTO EN EL PAQUETE

ESTUDIANTES: \$ 690.00
PROFESIONISTAS: \$1,380.00

SEDE DEL EVENTO: LA FACULTAD DE PSICOLOGIA EN EL CAMPUS ACAPULCO
TEL: (01) 57-82-4515 Y FAX: (01) 57-82-1448

MAYORES INFORMES E INSCRIPCIONES:

FACULTAD DE PSICOLOGIA

EDIFICIO "B" PROGRAMA PSICOLOGIA DEL TRABAJO

E-mail: programa@psdgy.net.mx
VISITANTES EN

ESTRATEGIA Y TÉCNICA EMPRESARIAL, S.A. DE C.V.

PASEO DE LA REFORMA NORTE NO. 701-301 EDIFICIO VERACRUZ
CALLE MONGALCO-TLATELOLCO CP. 06000 MEXICO D.F.
TEL. (01) 57-82-4515 Y FAX: (01) 57-82-1448

DEPOSITOS DE INSCRIPCIÓN EN LA CUENTA MAESTRA BANCOMER (ESTUDIANTES):
No. 5674052-1 No. DE PLAZA 001 MEXICO, D.F.
A NOMBRE DE JAVIER VEGA RUCERIO

DEPOSITOS DE INSCRIPCIÓN EN LA CUENTA MAESTRA BANCOMER (PROFESIONISTAS):
No. 1325668-6 No. DE PLAZA 001 MEXICO, D.F.
A NOMBRE DE ESTRATEGIA Y TÉCNICA EMPRESARIAL, S.A. DE C.V.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
ASOCIACIÓN JUVENIL DE CAPACITACIÓN

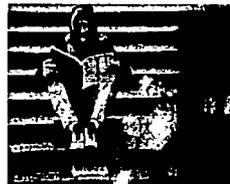


TE INVITAN A PARTICIPAR EN EL

***VII CONGRESO NACIONAL DE CAPACITACIÓN INTEGRAL
Y DE RECURSOS HUMANOS***

CON EL TEMA CENTRAL:

**"LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LA
CONSTRUCCIÓN DEL CAPITAL HUMANO"**



A REALIZARSE LOS DÍAS:
19, 20 Y 21 DE OCTUBRE DEL 2000
EN ACAPULCO, GRO.
HOTEL SEDE: CONTINENTAL EMPORIO ACAPULCO****

ANEXO 7

VII CONGRESO NACIONAL
DE CAPACITACIÓN INTEGRAL
Y DE RECURSOS HUMANOS

Octubre-2001



LIC. JAVIER VEGA RUGERIO
CONFERENCISTA

Este gafete deberá portarse para tener acceso a todos los eventos del Congreso. Su reposición tiene un costo de \$30.00



VII CONGRESO NACIONAL DE CAPACITACIÓN
INTEGRAL Y DE RECURSOS HUMANOS

ERIKA

COORDINADORA

19, 20 Y 21 DE OCTUBRE DEL 2001.
ACAPULCO GRO. MÉXICO

Los gafetes pueden variar en diseño y en tamaño, es importante llegar a acuerdos con el comité organizador y elegir el más conveniente para el evento.

ANEXO 9



La Facultad de Psicología de la UNAM, la Sociedad de Psicología Aplicada, A.C., la Universidad Autónoma de San Luis Potosí y la Asociación de Psicólogos Industriales, A.C.

otorgan el presente

Reconocimiento

a

Erika Beltrán Pérez

por su participación como asistente en el
VII CONGRESO NACIONAL DE PSICOLOGIA DEL TRABAJO
Y IV IBEROAMERICANO DE RECURSOS HUMANOS,

celebrado en la ciudad de San Luis Potosí del
30 de mayo al 2 de junio de 1996.

México, San Luis Potosí, a 2 de junio de 1996.



M. Murena Santos
Lic. Murena Santos
COORDINADORA GENERAL DEL
COMITE ORGANIZADOR

Aurelio Ramírez
Lic. Aurelio Ramírez
COORDINADOR GENERAL DEL
COMITE ORGANIZADOR

Edgardo Robledo
Mtro. Edgardo Robledo
PRESIDENTE DE LA ASOCIACION DE
PSICOLOGOS INDUSTRIALES A.C.



ESTRATEGIA Y TECNICA EMPRESARIAL S.A. DE C.V.

OTORGA EL PRESENTE

RECONOCIMIENTO

A: ERIKA BELTRÁN PÉREZ

POR SU PARTICIPACIÓN COMO COORDINADORA
EN EL SER CONGRESO DE ACTUALIZACIÓN SECRETARIAL
"LA IMPORTANCIA DEL DESARROLLO HUMANO DE LA SECRETARIA"
REALIZADO EL 20 Y 21 DE NOVIEMBRE DE 1997
MEXICO D F

[Signature]
DIRECTOR

SEP

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN ESPECIAL

DEP

Otorga la presente

A EL(LA) C. *Erika Beltrán Pérez*

Por su participación como ponente en la

EL USO DE LOS MEDIOS EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA

CUARTA JORNADA ACADÉMICA

Realizado el 16 y 17 de noviembre del 2000

DAVID BECIEZ GONZALEZ
SUBDIRECTOR DE OPERACIONES

EDUARDO MANCERA MARTÍNEZ
SUBDIRECTOR DE APOYO TÉCNICO COMPLEMENTARIO FVFNARIATO

México, D.F., el 17 de noviembre del 2000



ESTADOS UNIDOS MEXICANOS



FACULTAD DE PSICOLOGÍA

Otorga el presente
RECONOCIMIENTO

a: ERIKA BELTRÁN PÉREZ

Por su participación como **COORDINADOR** en el:

IV CONGRESO NACIONAL DE CAPACITACIÓN INTEGRAL Y DE RECURSOS HUMANOS

CON EL TEMA CENTRAL:

"ORGANIZACIONES QUE APRENDEN"

Llevado a cabo los días 01, 02 y 03 de Mayo de 1998
En la Ciudad de Acapulco, Gro.

"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU"

Mirna Rocio Valle Gómez
LIC MIRNA ROCIO VALLE GÓMEZ
JEFA DEL PROGRAMA
DE PSICOLOGÍA DEL TRABAJO

Javier Vega Rugerío
LIC JAVIER VEGA RUGERIO
PRESIDENTE DEL CONGRESO

LISTA DE REQUERIMIENTOS DE APOYOS Y SERVICIOS PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS

NOMBRE DEL EVENTO: "VII CONGRESO NACIONAL DE CAPACITACIÓN Y DE RECURSOS HUMANOS" (19, 20 Y 21 de octubre del 2001).

Nombre del coordinador del lugar sede:

Nombre del coordinador del comité organizador:

Número total de asistentes:

Número de ponentes: 9

Lugar sede: Acapulco Guerrero

Teléfono:

Fecha de inicio: 19 de octubre 2001

Fecha de término: 21 de octubre

Marque con una X el requerimiento que se solicita.

1) MATERIAL DIDÁCTICO	MARQUE	CANTIDAD	EXISTENTE SI / NO	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Memorias del evento (reproducciones). ✓ Hojas de rotafolio (blancas). ✓ Acetatos. ✓ Diapositivas. ✓ Magnetogramas. ✓ Filmimas. ✓ Película de 36 mm. ✓ Video Casete. ✓ Audio casete. ✓ Artículos de papelería. *Hojas blancas tamaño carta. *Hojas blancas tamaño oficio. *Tarjetas blancas de 5x8 cm. *Etiquetas autoadheribles 5x10 cm. *Gises blancos y de colores. *Borrador para pintarrón. *Borrador para pizarrón. *Plumones acuacolor. *Plumones de tinta fugaz. *Plumones de tinta permanente. 				

ANEXO 10

	MARQUE	CANTIDAD	EXISTENTE SI / NO	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none"> *Bolígrafos. *Lápices. *Sacapuntas. *Gomas. *Cinta adhesiva o masking-tape. *Resistol (lápiz adhesivo). *Tijeras. *Clips. *Folders ✓ Portafolio del participante (según el acuerdo del comité) con el siguiente contenido. *Memorias del evento. *Cuaderno de notas. *Bolígrafo. *Lápiz. *Marcador de texto. *Agenda. *Programa de actividades. *Folletos o trípticos informativos. *Identificador. *Boletos de cortesía. 				

2.) EQUIPO DIDÁCTICO.	MARQUE	CANTIDAD	EXISTENTE SI / NO	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pizarrón. ✓ Pintarrón. ✓ Franelógrafo. ✓ Magnetógrafo. ✓ Rotafolio. ✓ Proyector de acetatos. ✓ Proyector de diapositivas. ✓ Proyector de cine de 16mm. ✓ Proyector de cuerpos opacos. Video cassetera. ✓ Televisión. ✓ Cámara de video. ✓ Audio y grabadora. ✓ Pantalla. *de colgar. *de trípide. *Eléctrica. ✓ Equipo de sonido. ✓ Micrófonos. ✓ Amplificadores de sonido. ✓ Reproductora de cassettes y C.D. ✓ Equipo para traducción simultánea. 				

3.) INSTALACIONES	MARQUE	CANTIDAD	EXISTENTE SI / NO	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aula *Para ponencias magistrales. *Para sesiones plenarias. *Para sesiones de talleres. ✓ Auditorios ✓ Montaje de auditorios. ✓ Cestos para basura. ✓ Ceniceros. ✓ Aire acondicionado. *Ventiladores. *Calefacción. ✓ Enfermería. ✓ Extintores. ✓ Ubicación de elevadores y escaleras. ✓ Ubicación de salidas de emergencia. ✓ Ubicación de teléfonos. (extensiones) ✓ Ubicación de sanitarios con el siguiente servicio: *Jabón *Papel higiénico{ *Cesto de basura. *Secadora de manos. ✓ Iluminación del aula. ✓ Fotocopiadora. ✓ Comedor ✓ Habitaciones *Teléfono. *Sanitario. *Aire acondicionado. ✓ Oficina de correos y telégrafos. ✓ Apoyo secretarial. 				

4) SERVICIO DE CAFETERÍA.	MARQUE	CANTIDAD	EXISTENTE SI / NO	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cafetera. ✓ Agua caliente y fría. ✓ Café. ✓ Té. ✓ Sustituto de crema para café. ✓ Azúcar. ✓ Galletas. ✓ Dulces. ✓ Botanas. ✓ Bocadillos. ✓ Jarras para agua. ✓ Vasos para agua. ✓ Tazas para café. ✓ Refrescos. ✓ Servilletas. ✓ Cucharas. ✓ Menú para el desayuno. ✓ Menú para la comida. Menú para la cena. ✓ Coctel de bienvenida. Brindis de clausura. 				

5. OTROS	MARQUE	CANTIDAD	EXISTENTE SI / NO	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificadores. ✓ Curriculum vitae de ponentes. ✓ Invitaciones. ✓ Hoja de registro de participantes. ✓ Hoja de registro de ponentes ✓ Evaluación de opinión. ✓ Diplomas o constancias de asistencia para participantes. ✓ Constancias de agradecimiento para los ponentes. ✓ Directorio de los asistentes al evento. ✓ Programa del evento. ✓ Extensiones de contacto múltiple. ✓ Focos o lámparas de repuesto para equipo. ✓ Extensiones eléctricas. ✓ Recuerdo del evento. ✓ Protocolo de inauguración. ✓ Protocolo de clausura. ✓ Otros. 				

ANEXO 11



Estrella de Oro

México, D.F., a 10 de Abril del 2001

LIC. JAVIER VEGA RUGERIO
COORDINADOR GENERAL
ESTRATEGIA Y TECNICA EMPRESARIAL, S.A. DE C.V.
MEXICO, D.F.

En atención a su fax del día 6 del mes y año en curso, por el cual nos solicita se le cotice la renta de autobuses en servicio especial, para viajar de MEXICO-ACAPULCO-MEXICO, nos permitimos informarle lo siguiente:

Viaje México - Acapulco - México	\$	17,000.00
por autobús, recogiendo a los pasajeros en el Distrito Federal.		

Este servicio se presta en autobuses marca Neoplan, contando con W.C., 44 asientos reclinables, aire acondicionado, sistema de video y refrescos.

Viaje México - Acapulco - México	\$	15,400.00
por autobús, recogiendo a los pasajeros en el Distrito Federal.		

Este servicio se presta en autobuses marca Mercedes Benz o Busscar, de 42 asientos, aire acondicionado, w.c., y sistema de video.

Todos nuestros autobuses cuentan con Seguro del Viajero, de acuerdo a lo establecido por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Deseamos comentarles que esta cotización se está proporcionando con los precios vigentes al mes de Abril, si para el mes de Octubre en que nos manifiestan desean realizar su viaje hubiese algún incremento en éstos, dicho incremento se sujetara al nuevo factor tarifario en vigor.



Estrella de Oro

- 2 -

En el caso de que esta cotización sea aceptada y ESTRELLA DE ORO les confirme por escrito el servicio se pagará el 50% del valor del servicio al momento de su aceptación y firma del Contrato; y el resto a más tardar 48 horas (dos días hábiles), antes de iniciar el viaje. El pago se debe efectuar mediante cheque certificado o bien podrá depositarlo en efectivo en la cuenta No. 548210-7, Sucursal No. 419 de BANAMEX a nombre de ESTRELLA DE ORO, S.A. DE C.V. MEXICO-ACAPULCO-ZIHUATANEJO, enviándonos de inmediato la ficha de depósito al fax número 56-89-27-67, y entregarnos la ficha original del depósito, al momento de firmar el Contrato correspondiente. También es necesario nos envíen el croquis correspondiente a la ubicación del lugar de salida de sus pasajeros; así como el nombre de la persona que vaya de responsable del servicio; anexando copia del R.F.C. y domicilio fiscal en caso de que requieran factura, la cual se les entregará tres días hábiles después de haberse realizado el servicio de transportación.

A T E N T A M E N T E

YOLANDA ESPINOSA
ASISTENTE D'RECCION COMERCIAL.

Las tarifas que comprenden este comunicado están sujetas a cambio sin previo aviso.



ESTRATEGIA Y TÉCNICA EMPRESARIAL S.A. DE C.V.

México, D.F. a 14 de mayo del 2000

**SRITA: YOLANDA ESPINOSA PÉREZ
DIRECCIÓN COMERCIAL
AUTOBUSES ESTRELLA DE ORO
P R E S E N T E.**

Estimada Srta. Espinosa:

Con motivo del V CONGRESO NACIONAL DE CAPACITACIÓN INTEGRAL Y DE RECURSOS HUMANOS a celebrarse del 21 al 23 de Mayo de 1999 en Acapulco Gro. Y de acuerdo a la plática sostenida con usted, le **CONFIRMO** la renta de un autobús viaje redondo de 40 plazas, para traslados de MÉXICO-ACAPULCO-MÉXICO, saliendo el día 19 de Mayo del 2000 a la 7:00 A.M. de la Facultad de Psicología con destino Acapulco llegando al hotel FIESTA AMERICANA CONDESA ACAPULCO. Regresando el día 21 de Mayo a las 16:00 P.M. con destino a la ciudad de México, a la Facultad de Psicología.

El costo establecido del servicio viaje redondo es de **\$14,000.00**

Se deberá dar el 50% en el momento de apartado y se liquidará el valor del servicio con 24 horas de anticipación antes de iniciar el viaje.

Sin más por el momento nos despedimos esperando que la presente cumpla con los requisitos, quedamos a sus órdenes para cualquier aclaración o duda.

A T E N T A M E N T E

LIC. JAVIER VEGA RUGERIO
DIRECTOR

ANEXO 12

CÉDULAS DE EVALUACIÓN

Questionario para la evaluación de eventos.

Algunas de las preguntas que se pueden incluir son:

Nombre del participante. _____

1. La coordinación previa al evento fue: Excelente () buena () regular () mala ()	12. Calidad de sonido. Excelente () buena () regular () mala ()
2. Calidad técnica Excelente () buena () regular () mala ()	13. Transporte. Excelente () buena () regular () mala ()
3. Calidad en la organización. Excelente () buena () regular () mala ()	14. Hospitalidad de los organizadores. Excelente () buena () regular () mala ()
4. Calidad de los ponentes. Excelente () buena () regular () mala ()	15. La coordinación durante el desarrollo del evento fue. Excelente () buena () regular () mala ()
5. Claridad de los ponentes. Excelente () buena () regular () mala ()	16. ¿Cuál fue el mejor ponente?
6. Variedad de eventos. Excelente () buena () regular () mala ()	17. ¿Cuál fue la actividad más importante del evento?
7. Calidad de ponentes magistrales. Excelente () buena () regular () mala ()	18. ¿Cómo sintió la atención y trato durante el evento?.
8. Calidad de los ponentes de las mesas magistrales. Excelente () buena () regular () mala ()	19. ¿Considera que el evento se realizó en las fechas adecuadas? Si () No () ¿Por qué?
9. Alimentación. Excelente () buena () regular () mala ()	20. ¿Considera que la cuota de inscripción fue adecuada para el tipo de evento? Si () No () ¿Por qué?
10. Hospedaje. Excelente () buena () regular () mala ()	21. ¿Recomendaría este evento a otras personas? Si () No () ¿Por qué?
11. Calidad de la información que obtuvo. Excelente () buena () regular () mala ()	22. ¿Volvería usted a participar en este evento? Si () No () ¿Por qué?
	23. Comentarios y sugerencias.

CÉDULAS PARA EVALUAR LAS PONENCIAS.

NOMBRE DEL PONENTE: _____

TEMA DE LA PONENCIA: _____

FECHA: _____

1. ¿La ponencia empezó a tiempo? Si () No ()	7. ¿El ponente hizo resúmenes parciales? Si () No ()
2. ¿La exposición fue clara y de lenguaje accesible? Si () No ()	8. ¿El ponente hizo resúmenes finales? Si () No ()
3. La información fue novedosa y valiosa? Si () No ()	9. ¿cómo estuvo el sonido en general? Si () No ()
4. ¿Hubo dinámicas? Si () No ()	10. ¿Utilizó material didáctico? Si () No ()
5. ¿cómo fueron dirigidas? Bien () regular () mal ()	11. ¿Cómo califica la organización en general? Bien () regular () mal ()
6. ¿Se entregó material de trabajo? Si () No ()	12. Recomendaciones generales:

CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE CONFERENCIAS

NOMBRE DE LA CONFERENCIA: _____
CONFERENCISTA: _____
LUGAR: _____
FECHA: _____

INSTRUCCIONES: COLOCA UNA "F" EN EL PARENTESIS DE LA DERECHA, SI EL ENUNCIADO ES FALSO Y UNA "V" SI ES VERDADERO.

1. La exposición fue tan clara que la comprendí en su mayoría. ()
2. Los montajes de los salones fueron adecuados. ()
3. El sonido fue claro ()
4. El lenguaje fue muy técnico. ()
5. La información fue valiosa. ()
6. Las dinámicas fueron bien dirigidas ()
7. Los materiales didácticos fueron los adecuados ()
8. Los oradores fueron puntuales ()
9. La organización fue buena ()

CUESTIONARIO DE EVALUACION GENERAL

LUGAR:
FECHA:

INSTRUCCIONES: COLOCA UNA "F" EN EL PARENTESIS DE LA DERECHA, SI EL ENUNCIADO ES FALSO Y UNA "V" SI ES VERDADERO.

1. El transporte fue el adecuado ()
2. La recepción y hospitalidad fueron cordiales ()
3. La sede fue adecuada para la realización del evento ()
4. Las habitaciones cubrieron mis expectativas ()
5. El registro y entrega de material didáctico fue ágil ()
6. La organización del evento en general cubrió mis expectativas ()
7. Los horarios de las conferencias fueron adecuados ()
8. El tiempo para las comidas fue suficiente ()
9. Los servicios de información y atención cumplieron con su función ()

POST-TEST

1. ¿Cuáles son las funciones de un Coordinador de Congresos y Convenciones?
2. ¿Cuáles son las habilidades y funciones principales de un Coordinador de Congresos y Convenciones?
3. Define lo que es un Congreso y una Convención:
4. Menciona las características principales que debe contener un Programa General.
5. ¿Cuáles son las principales características que se consideran para elegir y contratar el lugar sede para la realización de un Congreso?
6. ¿Qué aspectos fundamentales se deben considerar en una visita de inspección?
7. ¿Qué importancia tienen las relaciones públicas en los eventos?
8. Menciona los medios más comunes para la difusión de un congreso y defínelos:
9. ¿Cuáles son las actividades que se llevan a cabo en el registro de participantes antes y durante el evento?
10. Menciona las técnicas grupales más utilizadas en los congresos:
11. ¿Qué equipo y materiales de apoyo didáctico son los más requeridos en un congreso:
12. Describe 5 tipos de montajes:

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Actividad: Para efectos de este trabajo las actividades son las partes de los programas de trabajo de un evento. Las actividades se pueden dividir en: técnicas, académicas, sociales, deportivas, culturales y artísticas y recreativas.

CCC: Es el término abreviado que se utiliza para referirse al Coordinador de Congresos y Convenciones.

Carpeta de materiales: contiene los materiales que se usan durante el evento, como pueden ser: el programa general, el gafete, boletos para las actividades, etc.

Carteles: Publicidad impresa para ampliar la información del evento, pueden ser de diferentes tamaños y textos. Se colocan en sitios públicos.

Cédulas de control: son los formatos que permiten tener un control documentado de las diferentes actividades del evento. Facilitan a los coordinadores la organización y el control de las diferentes funciones y actividades.

Conferencia: discurso destinado a un público y que tratan de asuntos de indole literaria, artística, científica, política, donde se pueden elaborar preguntas sobre el tema tratado. Generalmente están a cargo de expositores expertos que proporcionan información especializada.

Conferencista: Es la persona profesional y especialista que se contrata o invita a participar a un evento, el cual deberá presentar ponencias prácticas; ya sea en una conferencia, taller, mesa de trabajo, etc.

Congreso: asamblea, reunión, junta de personas para deliberar sobre ciertos temas de interés general o cuestiones previamente fijadas. Se exponen los conceptos fundamentales de nuevas investigaciones, se plantean problemas y sus posibles soluciones.

Constancias: También son conocidas como reconocimientos, y son testimonios que se les entregan a las personas que participaron en el evento. La mayoría de éstas son válidas si tienen reconocimiento de validez oficial.

Convención: reunión de personas de una agrupación para intercambio de conceptos y experiencias, generación de nuevas ideas, dar a conocer productos, servicios o procesos y métodos de trabajo, así como solucionar problemas específicos o celebrar algún aniversario. Es el intercambio de experiencias y conocimientos por un grupo de personas de la misma profesión o giro, de determinada esfera.

Cotización: Es el proceso que se realiza para llevar a cabo la elección de los servicios a contratar según los más adecuados en precio y calidad.

Cuartos adicionales: es el número de cuartos que el hotel proporciona sin costo. Esto depende del número de habitaciones contratadas y bloqueada por los organizadores. Generalmente es una por cada cincuenta habitaciones vendidas.

Diapositiva: imagen fotográfica positiva sobre material transparente de proyección. Sirve para proyectar imágenes fijas, se montan en marcos de cartón, plástico o metal.

Check-in: Término que se utiliza en el hotel para checar la hora de entrada de los participantes a sus habitaciones.

Check-out: Término que se utiliza en el hotel para checar la hora de salida o desocupación de las habitaciones.

Gafete: es como tipo credencial y sirve para identificar a cada uno de los participantes. Comprende el logotipo y nombre del evento, nombre del participante, función, en ocasiones se puede poner en la parte de atrás el programa general del evento. Permite crear un ambiente de confianza y acercamiento.

Logotipo: es la forma gráfica que identifica a una empresa, agrupación o evento.

Memoria: es la recopilación escrita y fotográfica de todos los acontecimientos del evento plasmada en un documento ordenado.

No show: Es un cargo de una noche que realiza el hotel por habitación cancelada.

OCC: Es el término abreviado para referirse al Organizador de Congresos y Convenciones.

Office-boy: Es la persona encargada en el hotel de recibir y llevar el equipaje a la habitación.

Operador terrestre: Empresa de viajes que apoya al OCC en la organización del transporte en el lugar dónde se eligió la sede.

Participantes: Para efectos de este manual son las personas que asisten a un evento (congresistas, panelistas, etc.)

Personificador: es el instrumento que comprende información sobre los nombres de los participantes y sirven para identificar el lugar los lugares que ocuparán en los presidiums o mesas de trabajo.

Ponencia: es el trabajo que expone un ponente, expositor, conferencista. La puede presentar con diferentes apoyos como son: pizarrones, acetatos, transparencias, cañón, etc.

Ponente de mesa de: es quien exponen sobre un tema específico en una mesa de trabajo, sobre una temática previamente definida.

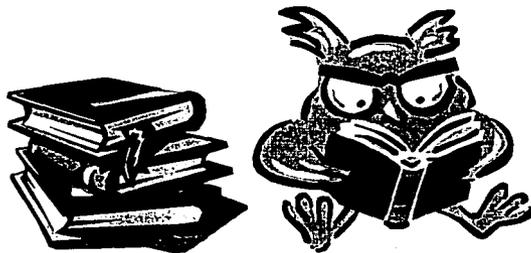
Ponente magistral: es el (los) expositor (es) principal (es) en un evento. Presentan los temas más relevantes del evento. Su duración generalmente es extensa dependiendo de cada caso en particular.

Reconocimientos: son testimonios que se les entregan a las personas que destacaron o participaron en algún evento o actividad de cualquier índole.

Reunión: junta de personas para tratar algún asunto específico o algún tema en común. Celebración de algún tipo de festejo.

Rooming list: Es la lista final que el hotel debe recibir de los integrantes que participarán en el evento con anticipación. (coordinadores, edecanes, participantes, etc. Y todo el personal que operará).

Ruta crítica: Son los pasos ordenados y consecutivos a seguir de un programa de trabajo.



RESPUESTAS DE LAS AUTOEVALUACIONES

Capítulo I

1. a
2. b
3. c
4. F
5. c

Capítulo II

1. b
2. a
3. b
4. a
- 5.

Capítulo III

- 1.a
2. a-4
- b-1
- c-5
- d-2
- e-3

Capítulo IV

1. b
2. a
3. *Conocimiento total para el desarrollo del tema.
- *Buenas relaciones intrapersonales.
- *Experiencia.
- *Credibilidad y profesionalismo

Capítulo V

- 1.*Disponibilidad de fechas.
- *Se cuente con un auditorio.
- *Hoteles accesibles y bien ubicados.
- *Clima apropiado.

2. c
3. a-F
- b-F
- c-V
- d-V

4. a
5. a-F
- b-F
- c-V
6. *Fecha del evento
- *número de habitaciones.
- *tipo fr habitación
- *impuesto a cobrar
- *cortesías

Capítulo VI

1. *número de participantes
- *Fechas y horarios
- *Transporte
- *programas de trabajo
- *ponentes

- 2.c
- 3.F

Capítulo VII

1. a
2. c
3. c
- 4.* Proporcionar información general del evento.
- *Apoyo en la organización interna
- *Vigilar el buen servicio del café
- *Atender módulos de registro
- *Supervisar los presidium(vasos, agua, etc.)
- 5.*Inscripción o reinscripción de los participantes.
- *Cobro de inscripción.
- *Entrega del material
- *Entrega del programa general de actividades.
- *Proporcionar información general
- *Ser amables y corteses

Capítulo VIII

1. b
2. a-3
- b-4
- c-2
- d-5
- e-1

Capítulo IX

1. gafetes, carpeta, programa de actividades, bolígrafo.

2. *Nombre completo del participante
- *Logotipo del evento
- *Carácter de su participación
- *Fecha del evento

4. *Nombre de la institución, del evento y del participante.
- *Fecha y lugar del evento
- *Número de horas
- Firma y sello de la institución

Capítulo X

1. a-3
b-1
c-5
d-2
e-4

Capítulo XI

1. c
2. Como instrumentos que ayudan a ilustrar, calificar, evidenciar y ejemplificar un contenido.
3. *concreta ideas
*tienen poder de atracción
*inducen a la acción
*mantienen el interés
*son variados
*aceleran el aprendizaje
4. a -4
b-3
c-5
d-1
e-2

Capítulo XII

1. Son los recursos con los que se cuentan y que auxilian en un evento a la transmisión de conocimientos en el proceso de e-a.
2. *Equipo didáctico
*Luz
*Ventilación
*Colores
3. *Enfocar el problema
*Reconocer el problema
*responder
*disculparse
*actuar
*seguimiento
4. a-V
b-F
c-V
d-F

Capítulo XIII

1. *Reputación de la empresa
*Precio del servicio
*Experiencia en el manejo de grupos
*Antigüedad en el giro
*calidad
*tipo de autobuses
- 2.c
- 3.* es el que mejor conoce el lugar sede
*Auxilia al organizador del congreso en diversos servicios.
*Puede coordinar a los maleteros.

BIBLIOGRAFÍA DEL MANUAL



ANTIM, H. (1973), PUBLICIDAD, MÉXICO: EDIT. MCGRAW HILL.

BUENDÍA, Juan M. Entendiendo las funciones de un O.C.C. profesional. Revista: Destinos y Convenciones, julio/agosto 1996. pp.40-43.

BREWSTER, J., PALMER, H., INGRAHAM, G. (1963), INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD, MÉXICO: EDIT. MCGRAW HILL.

COMPEÁN, Fernando. Viajes de inspección. Revista: Destinos y Convenciones, Septiembre/octubre 1995, pp.43, 47.México.

CRUZ, GOMEZ P. Et al. (1989) Congresos y Convenciones. Editorial Diana Técnico. Primera edición, México, D.F.

DEHESA, Hugo. Lo que no se dice en un contrato de hotel. Revista: Destinos y Convenciones, Mayo/Junio 1996, pp. 43-45. México.

DIAZ, JIMENEZ MA. ELENA Monterrey: ¿Sede de la Eurobolsa Mexicana de Turismo? Tesis Profesional que para obtener el Título de Licenciado en Turismo. Instituto de Estudios Superiores de Turismo.

FLORES, A Marcos Qué checar con el hotel. Revista: Destinos y convenciones, Noviembre/diciembre, 1995. pp. 36-38, México

GRADOS, A.Jaime. Capacitación y Desarrollo de Personal. Ed. Trillas, 1999, México.

HOLTJE, F. (1980), PUBLICIDAD, COLOMBIA: MCGRAW HILL.

INGEBRETSEN, Paul. Confesiones de un organizador de congresos y convenciones. Revista: Destinos y Convenciones, Mayo/junio 1996, pp. 32 - 34. México.

PONCE, Salgado Raúl. El operador Terrestre. Revista: Destinos y Convenciones, Noviembre/diciembre 1995, pp30, 31

REZA, Trosino J.Carlos. Cómo diseñar cursos de capacitación y desarrollo de personal. Ed.Panorama, 1998, México.

SANCHEZ-ÁLVAREZ, Rosalia. El conciergo, el mejor amigo del O.C.C. Revista: Destinos y Convenciones, Julio/agosto 1996 pp. 24-27, México.

CONCLUSIONES

Como ya lo mencioné al inicio, encontrar un buen coordinador de eventos no es fácil, ya que se requieren de diferentes habilidades y conocimientos para hacer un buen trabajo; tiene que ser un profesional con experiencia en eventos de esta naturaleza, con amplio criterio y sentido común para manejar diversas situaciones, debe tener habilidad para el manejo de personal, una mente innovadora y creativa para tomar decisiones, y suministrar ideas productivas y tener capacidad coordinadora, para poder llevar a cabo eficientemente su responsabilidad.

Además, debe ser metódico, pragmático, detallista flexible, organizado, tener sentido del humor, cultura general y buena reputación.

Para que logre que un evento cumpla con los objetivos planteados requiere de la coordinación eficiente de muchos y variados detalles, no es sencillo, pero con un buen equipo de trabajo y una adecuada división de funciones se puede cumplir con los objetivos planteados.

En todo tipo de empresa pública o privada, se realizan eventos como son: reuniones de trabajo, asambleas, exposiciones, cursos, conferencias, congresos, convenciones, etc. Las cuales requieren de una serie de apoyos para su buena realización. El objetivo de estos apoyos es evitar contratiempos cubriendo así la finalidad del evento e inclusive ayudar a lograr el impacto deseado.

La formación del personal para éste tipo de eventos se logrará a través de la capacitación, ésta pretende trabajar mediante, la elaboración de un manual de instrucción para el participante, el cual contempla la información necesaria para lograr coordinar congresos, convenciones y eventos de capacitación ante, durante y después de cada uno de ellos.

La realización de apoyos didácticos, en este caso la de un manual de instrucción es muy importantes para favorecer el proceso de enseñanza aprendizaje, estos deben ser sin duda atractivos y útiles para el participante, así como tener información actualizada y que pueda ser llevada a la práctica.

Un apoyo didáctico siempre es favorable mientras esté bien estructurado, y que cumpla el fin por lo que fue realizado siendo esto el resultado observable mediante la práctica de los conocimientos aprendidos, mostrándose un cambio de actitud o realizado actividades que antes no se hacían.

Un apoyo didáctico, en este caso el manual debe ser constantemente revisado y actualizado, de no ser así se vuelven obsoletos y lejos de parecerse a la realidad. En este caso, el que realice tiene un tema poco trabajado y que además sufrirá año con año constantes cambios. Si uno realiza los cambios

pertinentes a tiempo y acepta observaciones enriquecedoras de otros colegas, el manual siempre será vigente y podrá seguir formando personas interesadas en el campo de actividad profesional.

La idea de este manual se trabajó mediante la idea de que fuera un apoyo dentro de la capacitación, o también autodidáctico, esto es, se estructuró y redactó de una manera sencilla en donde al leerlo lo lleva a uno de la mano a encontrarse y vivir situaciones en la que se tiene la solución más precisa para tomar decisiones y realizar las actividades con un mínimo de error.

Es así y a través de la capacitación y apoyo de éste manual y mediante la práctica que se espera ir formando organizadores y coordinadores para eventos,

Finalmente el ir adquiriendo experiencia formal e informal en la vida profesional así como personal, enriquecen al individuo. En mi opinión han sido muchos autores que bajo su experiencia en la biología, la física, administración, Psicología, pedagogía, entre otras, han plasmado su conocimiento y experiencia "Informal" (relativamente) en un libro volviéndolo un documento valioso que puede ser aplicado formalmente en la vida de quien lo consulta; así mismo estoy convencida de que mi formación como pedagoga e informal en mi experiencia que he recibido y practicado, me permite plasmar la experiencia en algo más formal, y útil "un manual de instrucción". Mi capacitación en ETESA, por el Lic Javier Vega y por todas las personas valiosas que han puesto un ladrillo en la construcción de mis conocimientos, y de mi experiencia en este tipo de eventos y la realización de materiales didácticos, hicieron la fuerza para ver culminado un material valioso y muy poco común. La realización de un manual para la "Formación de Coordinadores de Congresos, Convenciones y Eventos de Capacitación".

El manual no sólo tiene el objetivo de ser utilizado en la empresa ETESA, también puede ser consultado por quien tenga la inquietud o la necesidad de conocer como se llevan a cabo este tipo de eventos, así como también pasará a ser parte de un documento valioso en la facultad de Filosofía y Letras, Colegio de Pedagogía de la UNAM, donde será importante que mis colegas lo consulten y vean en este campo una oportunidad de trascender profesionalmente como pedagogos.

Si bien me permito afirmar, hay mucha gente sin conocimientos trabajando en este campo a falta de la capacitación, el compromiso y el conocimiento, no se está bien preparado y se carecen de conocimientos pedagógicos, conocimientos que son primordiales para favorecer el desarrollo en el proceso de enseñanza-aprendizaje, con dirección a ser más productivo, consolidado. y trascendental.

Hoy por hoy la capacitación es un instrumento valiosísimo (y no una varita mágica que todo lo soluciona) para el cambio de actitud o para realizar actividades que antes no se hacían, favoreciendo un mejor conocimiento en los individuos, teniendo como consecuencia mejores resultados en su área de trabajo o hasta en su vida personal con resultados positivos.

BIBLIOGRAFÍA

ARDOINO, Jacques. "Educación", En el libro: Formación de profesionales de la educación. México, UNAM, 1991.

ARIAS Galicia, Fernando. Capacitación para la competitividad y la colaboración. México, AMECAP, 1994.

BEAL M. George. Conducción y Acción Dinámica del grupo. Ed. Kapeluz, Buenos Aires, 1964.

BECVAR J., Raphael. Métodos para la Comunicación Efectiva. Ed. Limusa S.A., México, 1989.

BELTRÁN Pérez, Erika. Carta de Servicios ETESA. Mecanograma, ETESA, México, 1998.

BUEN Día, Juan. Organización de convenciones, congresos, seminarios. Ed. Trillas, México, 1991.

CANALIZO Jiménez, Federico. "Valor estratégico de la capacitación", Memorias del Primer Congreso Nacional Juvenil de Administración de Recursos Humanos. México, UNAM, 1996.

CHÁVEZ-Guerrero, Eduardo. FUTURISMO: Para Convenciones el año 2000 ya está aquí. Revista: Destinos y Convenciones, septiembre / octubre 1997. p.p.37-39. México.

CRAVIOTO Magallón Tonatiuh. Organización de Congresos y Convenciones. Ed. Trillas, México, 1991.

DELGADO, Fabián. Organizadores, en busca de objetivos acordes a los de sus socios. Revista: Destinos y Convenciones, septiembre / octubre 1997. p.p.45-46. México.

FLORES A. , Marco. Qué checar con el Hotel. Revista: Destinos y Convenciones, noviembre/diciembre 1995. p.p.37-38, México.

GONZÁLEZ Nuñez, J. de Jesús. Dinámica de Grupos: técnicas y tácticas. Ed.Pax, México, 1994.

GRADOS Espinoza, A. Jaime. Manual para la Formación de Facilitadores para la Capacitación. Sociedad de Psicología Aplicada, A. C. México, 1990.

JIMÉNEZ Osornio, Alvaro. Método de detección de necesidades (para capacitación y adiestramiento). México, Programa de publicación de material didáctico de la Facultad de Psicología de la UNAM, 1974.

MENDOZA Nuñez, Alejandro. Manual para determinar necesidades de capacitación. México, Trillas, 1984.

PANIAGUA Blanco, León. Formación de Instructores. México, Mecnograma, ETESA, 1995.

PATIÑO Peregrina, Humberto. "Resultados de costo-beneficio en una empresa (caso en una organización grande)", Memorias del 2º Congreso Juvenil de Capacitación. México, UNAM, 1996.

RAMÍREZ Gutiérrez, Aurelio. Tesis: Modelo de actualización extracurricular para instituciones de educación superior, Grupos académicos Participativos, historia de un caso. UNAM, Facultad de Psicología, 1993.

RAMÍREZ Gutiérrez, Aurelio. Manual "Formación de Instructores", UNAM, México, 1998.

REZA Trosino, Jesús Carlos. El Capacitador Hábil. Ed. Panorama, México, 1998.

RODRIGUEZ Estrada, Mauro. Psicología de las Relaciones Humanas. Ed.Pax, México 1985.

RODRIGUEZ Estrada, Mauro. Administración del Tiempo. Ed.Manual Moderno, México, 1988

RODRIGUEZ Estrada, Mauro. Formación de instructores. México, McGraw Hill, 1988.

SILICEO, Alfonso. Capacitación y desarrollo de personal. México, Limusa, 1973.

143

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Planes y Programas de Estudio., México, SEP.,1993.

TRUEBA Urbina, Alberto. Ley Federal del Trabajo. México, Porrúa, 1996.

VAZQUEZ M.Laura. Tesis: El perfil del instructor. UNAM, Facultad de Psicología, México, 2000.

VEGA Rugerio, Javier. Manual (modulo III) Capacitación y Desarrollo. UNITEC, México, 1999.

WATT, Cristina. Organización de Reuniones. Ed. Paraninfo