PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: TECNÓLOGO EN GESTION EMPRESARIAL
- Código del programa de formación: 621201
- Nombre del proyecto: Diagnóstico y mejoramiento de los procesos administrativos en pequeñas empresas
- Fase del proyecto: Análisis
- Actividad de proyecto: Implementar el plan de mejoramiento en el área de talento humano, administrativa, financiera, servicio al cliente, información, negocios teniendo en cuenta las condiciones medioambientales y de
- Competencia: Organizar eventos que promuevan las relaciones empresariales, teniendo en cuenta el objeto social de la empresa.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

1. Organizar eventos de manera responsable, teniendo en cuenta la conformación de comités, la coordinación de las responsabilidades de los diferentes comités, de acuerdo con el tipo de evento y las políticas institucionales.
2. Aplicar el proceso administrativo al desarrollo del evento, de acuerdo con el protocolo, los medios de divulgación y las políticas de la organización.
3. Divulgar el evento teniendo en cuenta el medio, el protocolo y las normas de la organización.
4. Identificar las no conformidades en organización del evento de acuerdo con el propósito, objetivo y plan, para proponer soluciones.

- Duración de la Guía: 175 horas

2. PRESENTACIÓN



La administración logística de eventos es uno de los trabajos más motivadores, de la organización, empresa o institución, pues no solo tenemos que asegurarnos de que todo se encuentre en orden, sino que también es importante que cuidemos cada uno de los detalles para poder realizar el evento con el mínimo de fallas.

La gestión de eventos se basa principalmente en la organización y supervisión del desarrollo de estos, por lo que se requiere prestarle atención a más de un solo detalle a la vez.

Quienes se dedican a la administración y gestión de eventos son personas con una formación académica sólida, manejo de personal, creativos, innovadores y que saben trabajar en equipo, tienen

a su cargo un equipo de trabajo que se encuentra capacitado para lograr que el evento en su planificación, ejecución y en la evaluación, obtenga el éxito deseado.

El lanzamiento de un producto, el posicionamiento de una marca, la celebración de un acontecimiento, entre otros, son hechos que generalmente implican organizar un evento buscando que las personas interesadas se identifiquen con las motivaciones que estos generan.

La intención de esta guía es la de facilitar a ustedes el logro de la competencia y resultados de aprendizajes por medio de la planeación, ejecución y evaluación de un evento empresarial.

Adicionalmente para coadyuvar a los aprendices en su formación profesional integral en busca de obtener la competitividad laboral; permitiendo dominar las técnicas y estrategias de la administración y logística de evento.

Desde el punto de vista de la empresa, la organización de eventos promueve las relaciones entre empleados, clientes, proveedores, buscando satisfacer sus necesidades y deseos. Y es donde el aprendiz SENA cumple una función en esta interacción, no solo organizando los eventos, sino previendo aquellos aspectos que se deben tener en cuenta antes, durante y después de los mismos. En este sentido, esta guía le permitirá apropiar y aplicar aquellos conocimientos necesarios para apoyar el alcance de la misión y la visión de la organización desde las funciones que desempeña en las unidades administrativas.

Es muy importante tener claro que al hablar de organización de eventos se habla de proceso administrativo; pues este está inmerso en todo el desarrollo de un evento, desde la planeación hasta el control, es la única manera para lograr tener éxito en cualquier tipo de evento.

Recuerde, querido aprendiz, encontrar sus motivaciones intrínsecas y apuntar a resolver problemas y necesidades de la comunidad en la práctica de lo aprendido.

¡Bienvenidos!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de reflexión Inicial.

Para realizar un evento es muy importante aplicar la creatividad, tener en cuenta quienes son los beneficiarios de ese evento, y cuáles son los objetivos que se quieren lograr con el mismo; nada lejano a lo que ocurre con nuestra historia de vida, nuestro evento más importante, el mayor reto que podemos asumir.

Teniendo esto en cuenta, se podrá de manera clara asumir este reto que les espera en la vida laboral, a través de la organización, ejecución y el análisis de un evento.

Observar video	Duración
	3:00 minutos

A responder:

1. ¿Qué nos dice este video?
2. ¿Qué relación tiene con la competencia?
3. ¿Qué es lo más importante que nos deja esta reflexión?

RAP 1. *Organizar eventos de manera responsable, teniendo en cuenta la conformación de comités, la coordinación de las responsabilidades de los diferentes comités, de acuerdo con el tipo de evento y las políticas institucionales.*

3.2 Actividad de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje. (mientras aprende).

1. Los aprendices realizaran un paso a paso para organizar un evento en su hogar, puede ser el día de la madre o festejar un cumpleaños a un familiar que estima, etc... Para lo cual, en máximo en una hoja, indicará el orden lógico de las actividades a ejecutar para poder llevar a feliz término esta celebración.

2. Un evento es una gran herramienta de comunicación estratégica. No solo te permite transmitir los valores de tu empresa, sino que también es una gran oportunidad para fidelizar y captar nuevos clientes. ¿Te has preguntado alguna vez como empezar a organizar un evento? ¿Qué pasos se deben tener en cuenta? ¿Cuáles son las etapas de un evento?

   Mediante las siguientes actividades presentamos las pautas y consejos a seguir para organizar un evento empresarial de manera exitosa.

   Subactividad 1: Infograma Proceso Administrativo



Estimado aprendiz, mediante el desarrollo de este programa formativo, usted ha logrado comprender que para llevar a cabo cualquier actividad administrativa es fundamental aplicar el "***PROCESO ADMINISTRATIVO",*** a sí mismo en la organización de eventos se define como un método especifico y contundente, porque fortalece toda la estructura estratégica con una mejor planificación, organización, control y dirección.

Mediante la presentación del video “Proceso Administrativo”

Observar video	Duración
	3:00 minutos

Se recordará la definición y las diferentes fases de este concepto, una vez evidenciado el video, con el compañero de al lado mediante la técnica de cuchicheo tratarán el tema central y sus fases y la importancia de cada uno de estas dentro de la Organización de un evento, pasados cinco minutos todo el grupo para realizar un conversatorio y concluir.

Finalmente, de manera individual realice una INFOGRAFIA, detallando el concepto de Proceso administrativo y cada una de sus fases.

Ambiente Requerido: Ambiente 202 Sede San José
Materiales: Agenda, lapiceros, computador, internet, televisor.
Duración: 60 min.

Subactividad 2: El Administrador Moderno

Desarrollo de la actividad: Piense analice y argumente los siguientes planteamientos en su agenda de trabajo:

a. ¿Considera usted que la organización de eventos empresariales se convierte en una herramienta fundamental, de comunicación que permite transmitir información acerca de nuevos productos y crear nuevos sistemas de promoción y comercialización?

b. ¿Cree usted que una buena capacitación en organización de eventos mejoraría la productividad y la competitividad de una empresa?

Lea el material de apoyo “***Desarrollo de las habilidades para administrar”*** elabore un brochure sobre los temas tratados, presentando sus conclusiones sobre los siguientes conceptos:

El administrador Moderno
Comprensión del proceso de dirigir
Desarrollo de la capacidad profesional para administrar y decir
El cambiante entorno de los negocios

Se requiere identificar:

Las principales características de un administrador
Las capacidades para administrar y decidir
Los elementos del entorno de los negocios
Comprender el proceso de dirigir

Subactividad 3: Tira cómica – Ser líder

Realice la lectura recomendada “El peor enemigo de tu liderazgo es tu voz interior” ***(https://expansion.mx/especiales/2014/12/08/el-enemigo-numero-uno-que-pone-en-riesgo-tu-liderazgo).*** Consulte los temas: Como alcanzar el liderazgo, Como llegar a ser un buen líder, Competencias de un Emprendedor, Como aprender a trabajar en equipo.

Con el contenido de las lecturas elabore una tira cómica de mínimo 7 episodios donde se evidencie el contenido de todos los temas. Herramientas TIC recomendada (https://app-es.pixton.com/#/).
Para ingresar a la página pixtón deben registrarse de manera gratuita y seguir las indicaciones de la página para crear la tira cómica.

- Como evidencia de aprendizaje, el aprendiz hará entrega de la tira cómica y cargarlo a la plataforma.
- En la siguiente sesión se realizará un conversatorio sobre los temas consultados.

Ambiente requerido: Trabajo autónomo desde casa
Materiales: Agenda, lapiceros, computador, internet:
Duración: 4 horas.

3.3 Actividades de apropiación.

Bueno y ahora que estamos listos para empezar vamos a apropiar los conocimientos necesarios.

Subactividad 1: **Proceso administrativo, divulgación, control y glosario** En equipo de trabajo asignado por el instructor se debe diseñar una actividad grupal para ser desarrollada en el ambiente de formación, donde debe identificar las fases del proceso administrativo, la divulgación de la actividad, así como la evaluación al finalizar dicha actividad, haciendo énfasis en el cumplimiento o no de los objetivos. Elaboren un informe en Word relacionado con la temática. De igual manera cada equipo debe seleccionar un glosario de términos que contribuyan con la conceptualización de la competencia.

Un viaje por la historia y evolución de los eventos: Teniendo en cuenta la línea del tiempo socializada en el ambiente de formación, divididos en cuatro equipos colaborativos, según criterio del instructor, realizará las siguientes actividades:

a. Por medio de un dramatizado (video) la descripción de 2 eventos. Subir el video a YouTube; compartir el enlace y socialización en sesión de formación.
b. Diseñar diapositivas para socializar las características de los eventos descritos en el video. socialización en sesión de formación.

Subactividad 2: Clasificación de los eventos: En equipos colaborativos escogidos según criterio del instructor, se realizará la investigación, preparación y exposición en el ambiente de formación de los siguientes temas:

1. Clasificación de eventos según su naturaleza.
2. Clasificación de eventos según la exclusividad.
3. Clasificación de eventos según su alcance y magnitud.

Subactividad 3: Eventos Empresariales: En equipos colaborativos escogidos según criterio del instructor, se realizará un mapa conceptual donde se evidencie el concepto de evento empresarial y los diferentes tipos de eventos empresariales que existen... Socialización por equipos de trabajo en el ambiente de formación.
Subactividad 4: Profundización Eventos empresariales: En equipos colaborativos escogidos según criterio del instructor, Investigue, diseñe diapositivas por tema para socializar en sesión de formación (meet) importante usar imágenes, menos texto, ser creativos.

Equipo 1: Congresos, seminarios, foros. Convenciones, Inauguración
Equipo 2: Simposio, conferencia, panel, Fiestas empresariales, Workshop
Equipo 3: Lanzamiento de Productos, ferias, homenajes, Desayunos y almuerzos de trabajo, Bruch
Equipo 4: Convenciones, Inauguración, Fiestas empresariales.
Equipo 5: Workshop, Desayunos y almuerzos de trabajo, Bruch.
Cada grupo propondrá de los eventos asignados, cual le gustaría que se realizará como evento final de ficha.

Las evidencias de cada actividad de apropiación deben ser compartidas en Territorium por cada uno de los aprendices, después de socializadas en sesión de formación.

3.1 Actividades de Transferencia de Conocimientos.

Teniendo en cuenta el evento propuesto por cada equipo colaborativo, realizarán un evento simulado aplicando la información obtenida en las actividades de transferencia y el análisis de los siguientes videos:

Cómo organizar un evento: https://www.youtube.com/watch?v=vyEfoTSYyvo
Fases de un evento: https://www.youtube.com/watch?v=Ho6xhcnyuIw

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : **Socializaciòn en ambiente de formaciòn** **Evidencia de Desempeño:** ✓ Lista de Chequeo sobre la apropiación	**Evidencias de Conocimiento :** ✓ Participa diligentemente en la planeación y organización de eventos, de acuerdo con las fases del proceso administrativo, siguiendo el conducto regular de acuerdo con el organigrama y normas institucionales **Evidencia de Desempeño: Organiza de manera crítica los eventos y sus etapas; el**	**Prueba oral en sesiòn meet acuerdo a criterio del instructor.** Cuestionario. **Evidencia de Desempeño:** Ejecuciòn Evento simulado en sesiòn de formaciòn meet **Evidencias de Producto:** **Informe de evento simulado en word, aplicando las fases del evento**

de los principios de servicio al cliente ✓ Actividades de la guía socializadas. **Evidencias de Producto:** ✓ Actividades de la guía desarrolladas. ✓ Informe escrito evento simulado	**objetivo, la magnitud y la naturaleza.** **Evidencias de Producto:** Identifica previamente las fuentes de información internas y externas sobre comportamientos, relaciones de causalidad, tamaño de muestra para realizar el proceso de segmentación.	

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Cronograma: Representación gráfica de un conjunto de hechos en función del tiempo.

Ejecución: Realización de una acción, especialmente en cumplimiento de un proyecto, un encargo o una orden.

Ejecutar: Realizar una instrucción o pasar un programa en un ordenador.

Emprendedores: aquella persona que sabe descubrir, identificar una oportunidad de negocios en concreto y entonces se dispondrá a organizar o conseguir los recursos necesarios para comenzar y más luego llevarla a buen puerto.

Evento: (Dirección) Acontecimiento, especialmente si es de cierta importancia.

Expectativa: Esperanza o posibilidad de conseguir una cosa.

Gráficas: Un gráfico es la representación de datos, generalmente numéricos, mediante líneas, superficies o símbolos, para ver la relación que esos datos guardan entre sí y facilitar su interpretación.

Plan de trabajo: es una herramienta que permite ordenar y sistematizar información relevante para realizar un trabajo.

Pre-evento: (investigación, planificación y organización) determina que se quiere alcanzar con la realización del Evento.

Presupuesto: Conjunto de los gastos e ingresos previstos para un determinado período de tiempo.

Post-evento: (Evaluación) Recopilación de todas las acciones realizadas en el evento.

Tabulación: Expresión de valores, magnitudes, conceptos, por medio de tablas o cuadros.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

DAVID SEEKING & JOHN FARREL (1999). CÓMO ORGANIZAR EFICAZMENTE CONFERENCIAS Y REUNIONES. CIUDAD: MADRID. ISBN 84-95428-06-7.

MESALLES, LLUÍS (2003). EVENTOS, REUNIONES Y BANQUETES. Organización, gestión y comercialización de los servicios contratados en un emelec campeon. CIUDAD: BARCELONA. ISBN 84-7584- 494-4.

COLTER, DAN (2008). EVENTO, RETÓRICA Y METÁFORA. Publicado en: Reflexión Académica en Diseño y Comunicación. XVI Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Año IX Volumen 9. Pág. 111. CIUDAD: BUENOS AIRES. ISBN 1668- 1673.

U.S. Department of Labor. Bureau of Labor Statistics Occupational. Outlook Handbook. Meeting and Convention Planners. [2]

JIJENA SÁNCHEZ, ROSARIO (2004). ABCDEVENTOS. El diccionario de los eventos. NOBUKO. 987-1135- 34-3.

JIJENA SÁNCHEZ, ROSARIO (2008). CÓMO ORGANIZAR EVENTOS CON ÉXITO. LECTORUM UGERMAN. ISBN 978-987-1547-03-6.

JIJENA SÁNCHEZ, ROSARIO (2010). ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, PROBLEMAS E IMPREVISTOS, SOLUCIONES Y SUGERENCIAS. LECTORUM UGERMAN. ISBN 978-987-1547-07-4.

JIJENA SÁNCHEZ, ROSARIO (2010). ORGANIZACIÓN DE BODAS. GUÍA PRÁCTICA PARA PROFESIONALES Y NOVIOS. NOBUKO. ISBN 978-987-584-307-3.

JIJENA SÁNCHEZ, ROSARIO (2007). MARKETING PARA EVENTOS. ORIENTADO A PROVEEDORES Y ORGANIZADORES. Co-autor Gerardo Woscoboinik. UGERMAN. ISBN 978-987-9468-25-8.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Yuly Paola Joya**	**Instructora**	**Centro de Comercio y Servicios**	**14/05/2023**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

Guía de Protocolo y Organización de Eventos

PRESENTACIÓN

Guía de Protocolo y Organización de Eventos

Con el propósito de definir aquellos criterios generales unificados que deben determinar el ordenamiento que regule y otorgue la solemnidad propia a su categoría, a los diferentes acontecimientos y situaciones relacionados con ceremonial, protocolo, imagen institucional, organización de eventos que deben hacer frente las dependencias de nuestra Institución, se establece la presente **Guía de Protocolo y Organización de Eventos**, cuyas normas deberán observarse en todas las actividades, de acuerdo a los rangos y definiciones establecidos, siendo el Gabinete de Presidencia, el organismo asesor y regulador de éstos.

El Gabinete de Presidencia, presenta la **Guía de Protocolo y Organización de Eventos**, con el fin de apoyar la planeación y realización de eventos Institucionales.

Se pretende con esta Guía, promover la homogenización y formalidad de los actos Institucionales que se llevan a cabo en las diferentes dependencias tanto médicas como administrativas del Instituto de Previsión Social.

Los documentos aquí reunidos, fueron trabajados durante la gestión administrativa 2011-2012 y comprenden los protocolos y programas de los principales actos que se realizan en el IPS, así como una guía para organizar eventos, formatos de guión correspondientes a diferentes eventos, para maestros de ceremonia, además de recomendaciones para estos últimos.

El Gabinete de Presidencia está a disposición de la Institución, para el apoyo a la preparación de los acontecimientos que se celebran en la misma.

Esta nueva herramienta, que regula la actividad protocolar, es el primero que se edita en el Instituto de Previsión Social.

CONCEPTOS

CAPÍTULO UNO
CONCEPTOS

1. PROTOCOLO - Concepto Etimológico

A. Protocolo (del bajo latín protocollum, y éste del bajo griego prótócollon) significa "la primera hoja encolada o pegada" de protos, primeros y kollan, pegar. Es la serie ordenada de escrituras matrices y otros documentos que un Notario o Escribano autoriza y custodia, con ciertas formalidades. (Labriega Villanueva, Pedro G. Derecho Diplomático. Editorial Trillas México 1989, Pag., 69.)

B. **"Es en el medio social, el arte de determinar y establecer todas aquellas normas a cumplir para el mejor desenvolvimiento de las actividades que ejercen y practican los seres humanos, no sólo en áreas oficiales, diplomáticas, eclesiásticas y militares, sino también y traducida en cortesía, respeto, buenas maneras y buen lenguaje en el área laboral, deportiva, familiar y social en general siendo el aceite que permite a tan complicada maquinaria de las Relaciones Humanas marchar en armonía y eficiencia sin riesgos de choque, fricciones u oxidaciones."** (Protocolo Social.2001, Isabelita González, Caracas, pág.4.)

C. **Se reserva "Protocolo" para determinadas actuaciones de las Instituciones Públicas, especialmente las Cancillerías, los Gobiernos y la Diplomacia.**

D. **Es una técnica de las Relaciones Públicas organizacionales**, que también puede aplicarse a la organización de actos, eventos o ceremonias.

E. **Es un gestor de públicos:**

Selecciona, clasifica y ordena a los públicos de los estados, entidades para estatales y administraciones públicas:

- **Públicos internos:** distintas administraciones y ciudadanos/súbditos, individual o colectivamente.
- **Públicos externos:** otros estados y organismos internacionales.

Relación entre organización de eventos y protocolo

Existe una confusión general que identifica las dos expresiones, esta confusión es consecuencia de la falta de un corpus teórico, validado científicamente, que sistematice la disciplina de un modo académico.

La organización de actos, ceremonias, eventos, espectáculos es una estratégica, nunca un fin en sí mismo, que puede utilizarse en: las relaciones públicas, el periodismo, la publicidad, el marketing y la propaganda.

2. CEREMONIAL

Ceremonial (del latín ceremonialis) "perteneciente o relativo al uso de la ceremonias"**. Es la serie de formalidades para cualquier acto público y solemne.** También es el libro o tabla en que están escritas las ceremonias que se deben observar en los actos públicos". (Labariega Villanueva, Pedro G, Derecho Diplomático. Editorial Trillas.1989. México. Pág., 69).

Se mantiene "Ceremonial" para aplicarlo a las manifestaciones solemnes de la vida pública de todo tipo de organizaciones.

TIPOS DE EVENTOS

CAPÍTULO DOS
DE LOS TIPOS

1. CEREMONIAS

Es un acto solemne que se lleva a cabo según normas o ritos establecidos.

Una ceremonia no es un espectáculo Ej.: El entierro de un familiar no necesita MASS MEDIA.

Características de la ceremonia

- Se realizan para sus públicos.
- Hay vínculos emocionales.
- No existe intercambio económico.
- En ellos hay protagonistas, no intérpretes.
- Los MASS MEDIA no son imprescindibles.

Conceptos

1.1 Ceremonial: Conjunto de reglas para determinados actos solemnes

1.2 Ceremonial Institucional: Algunas de las formalidades que deben observarse en la organización de un acto Institucional.

1.3 Ceremonial de Estado: Es el conjunto de reglas y procedimientos operativos de carácter práctico que establecen un marco ordenador de las reuniones formales entre los funcionarios estatales. Desarrollan la destreza organizativa de quienes deben dirigir el aspecto protocolar en el ámbito de la Administración Pública.

2. ACTOS

Es una **celebración pública, política o formal**.

Acto no es sinónimo de evento. Una clase en la universidad pública es un acto oficial, pero no es un evento.

Todo Acto Institucional requiere de ciertas formalidades para su organización y desarrollo, de modo de otorgarle la solemnidad inherente a su propio carácter. Resulta conveniente, por lo tanto, que las distintas unidades de nuestro Instituto, puedan ordenar el ceremonial de los actos que organicen sobre bases comunes para toda la Institución.

Clasificación

a) Actos Solemnes.
b) Actos Protocolares.
c) Eventos.

CONCEPTOS

2.1 ACTOS INSTITUCIONALES

Celebración de carácter simple de un acontecimiento interno importante para la unidad organizadora.

a) **Actos solemnes**: Son aquellos que se celebra periódicamente, de acuerdo a normas establecidas, en un contexto de gran formalidad y con una rigurosa planificación.

Su organización es responsabilidad del Gabinete de Presidencia, sin perjuicio de la colaboración que le puedan brindar otras unidades de la Institución.

Estos actos son los que se nombran a continuación:

- Aniversario Institucional.
- Inauguración de obras de alcance Institucional.
- Reconocimientos y homenajes.

La organización es responsabilidad del Gabinete de Presidencia, la que contará con la colaboración del Departamento de Comunicación y Prensa, en lo relativo a su coordinación y ejecución. Las invitaciones serán suscritas por el Presidente y el Consejo de Administración de la Institución.

b) **Actos interinstitucionales:** Son actividades que involucran a dos o más instituciones con el propósito de crear, mantener y estrechar vínculos, a través de:

- Firma de convenios o acuerdos.
- Entrega de donaciones.
- Visitas protocolares.

Su organización es de responsabilidad de la unidad directamente beneficiada con el estrechamiento y/o consolidación de estos lazos, con la colaboración del Gabinete de Presidencia. Las invitaciones serán cursadas por las máximas autoridades de las entidades.

c) **Actos académicos:** Comprenden las ceremonias de:

- Entrega de títulos, diplomas o certificados.
- Inauguración o clausura de actividades de extensión académica (Seminarios, congresos, etc.).

La organización y coordinación de los actos académicos, son de responsabilidad de la unidad gestora de la iniciativa, con la colaboración del Gabinete de Presidencia, la Dirección de Recursos Humanos y la Unidad de Educación Médica. Las invitaciones a este tipo de ceremonias serán cursadas por la máxima autoridad de la Institución.

Aspectos que requieren un acto institucional académico.

- Tener en cuenta las normas protocolares.
- Contar con servicio de traducción.
- Establecer cabinas de traducción simultánea.
- Otorgar espacio a los medios de comunicación especificados.

2.2 ACTOS PROTOCOLARES

Se denominan Actos protocolares, a aquellos actos oficiales o institucionales a los que asistirán autoridades nacionales o extranjeras.
Tienen relación con conmemoraciones celebradas por organismos estatales, embajadas o consulados, instituciones no gubernamentales o empresas privadas.
Deben ajustarse a reglas protocolares establecidas por decreto de los gobiernos nacionales, departamentales o municipales.
Estos actos se organizan con el asesoramiento de las comisiones protocolares que cada autoridad oficial tiene.

2.2-1 Normas que rigen para la representación protocolar

- Ningún funcionario o personalidad pública invitada, podrá hacerse representar en los actos, ceremonias y recepciones a las que asista el Presidente de la República.
- El funcionario que represente al Presidente de la República en un acto, recepción o ceremonia, será considerado como el de más alta jerarquía entre los presentes.

2.2-2 Eventos que requieren la presencia de un alto funcionario o representantes gubernamentales.

- Firma de convenio.
- Actos de aniversarios.
- Inauguración de Obras.
- Conferencia de prensa con un agasajo a los periodistas.

2.2-3 Normas que rigen para las invitaciones

Deben ser cursadas en sobre cerrado, por lo menos cinco días antes de la fecha del acto y en ellas figurará: fecha del evento, hora y lugar.

Ceremonial telefónico: es una comunicación telefónica, para averiguar si la persona recibió la invitación y si asistirá al acto.

2.2-4 Presentación del orador en caso de discursos o disertaciones

El orador deberá ser presentado de la siguiente manera: Nombre completo de la persona, cargo que desempeña o profesión, currículo y antecedentes.

Si son varios se les destinará un tiempo a cada uno acordado previamente.

2.2-5 Aspectos a tener en cuenta en el salón donde será desarrollado el Acto

- **Ornamentación:** tarimas revestidas o en excelentes condiciones, alfombras, bebederos, buen sistema de audio y correcto funcionamiento de los micrófonos.
- **Seguridad:** contratación de seguridad privada, control de sistema de seguridad del salón (extinguidores, salidas de emergencia).
- **Aseos:** baños adecuados.
- **Confort:** ascensores, calefacción, iluminación.
- **Carteles indicadores:** baños, entradas, salidas.
- **Sanidad:** disponer de cobertura médica.

2.3 EVENTO

Es un **suceso de importancia que se encuentra programado**. Dicho acontecimiento puede ser social, artístico o deportivo. Ej.: "El evento de esta noche enfrentará a los dos mejores equipos del torneo".

EVENTO NO IMPLICA PROTOCOLO, UNA PRESENTACIÓN DE CHOCOLATES NO ORDENA A LOS ASISTENTES.

2.3-1 TIPOS DE EVENTOS

En virtud de los objetivos que persiguen, los eventos pueden ser categorizados en: Académicos, Empresariales, Sociales, Culturales, Deportivos, etc.

a) Eventos Académicos:

1.- <u>Simposio:</u>

Reunión de especialistas, profesionales e idóneos con el propósito e abordar materias de su particular interés. Cada uno expone sucesivamente diferentes aspectos del asunto o trabajo. Cada expositor dispone de un tiempo para disertar de entre 20 y 45 minutos aproximadamente, es una buena oportunidad para que el público, una vez finalizada la actividad, posea una visión integrada de la materia tratada.

2.- <u>Seminario</u>:

Clase o encuentro en que se reúne un profesor o un profesional distinguido, relevante, con los discípulos o con los profesionales en etapa de perfeccionamiento, para llevar a cabo trabajos de investigación o análisis sobre determinados temas propios de la actividad. La duración es relativa (puede ser de 1, 2 o más días). Se puede integrar, como evento subsidiario, en el desarrollo de un Congreso.

3.- Jornadas:

Son encuentros donde los asistentes participan activamente con los profesionales disertantes. Por lo general, una vez finalizadas las exposiciones, se forman equipos de trabajo para experimentar sobre el tema tratado a través de talleres o work shops.

Cada tema en 1 jornada y 1 día, o sea disertación, debate y conclusiones en un mismo día.

4.- Foro:

Participan todos los presentes de una reunión. Generalmente constituye la parte final de simposios o mesas redondas.

Está dirigido por un coordinador, que permite la libre expresión de ideas supervisando las intervenciones y los tiempos.

5.- Debate:

Puede darse luego de una asamblea, coloquio, simposio, etc. Discusión grupal e informal de aprox. 60 minutos con un coordinador que ordena las disertaciones y modera el debate. Ideal para grupos pequeños 15 personas aprox.

6.- Panel:

Debate informal entre un grupo de hasta 8 personas, sobre un tema determinado. Moderador coordina la sesión de una hora y luego los disertantes pueden sintetizar sus ideas. El público puede realizar consultas a los panelistas.

7.- Congreso:

Del Latín "congregare", juntar reunir. Es una reunión científica o institucional de colegas de una misma asociación o entidad, con características reglamentadas y su trabajo sistematizado.

Reunión periódica que nuclea a miembros de una asociación, organización o entidad para debatir cuestiones previamente asignadas.

Prevé tres sesiones preliminares; **la inaugural**, que informa sobre la finalidad y los temas a tratar; **la media**, donde se consideran los trabajos preliminares y las condiciones; y **la etapa final**, en la que se informan los resultados alcanzados.

Se inicia con un acto de apertura, luego las reuniones plenarias paralelas y finaliza con una ceremonia de clausura. Con la participación en el Congreso se logra contactarse con personas con quienes dialogar, compartir conocimientos, aprender y establecer contactos para futuros encuentros.

Se planifica la organización de un congreso para que todos puedan organizar en el tiempo y con costos accesibles para que la convocatoria sea un éxito. Se organiza con 6 meses de anticipación.

❖ **Objetivos de un Congreso**

- Establecer un espacio comunicacional entre personas convocadas por temas afines.
- Intercambio de ideas.
- Enriquecimiento intelectual.
- Contactos profesionales.

❖ **Quienes organizan un Congreso?**

Un Congreso organiza un comité organizador, idóneo en la materia que fijará la temática a tratar y seleccionará a los posibles disertantes o exponentes.

La comisión organizadora debe estar constituida por un presidente, secretario, tesorero y vocales.

❖ **Actividades de los Comités.**

Los Comités son los encargados de la planificación del Congreso y la conformación de las comisiones especializadas.

El presidente: su primera función consistirá en la redacción del reglamento del congreso, que será aprobado por el resto de la comisión.

- Abrir y cerrar el congreso y el responsable de que todo salga según lo planeado.
- Será el anfitrión del evento, recibiendo a las autoridades disertantes y el público asistente.

El secretario: el alma de congreso, de él dependerá toda sincronización del mismo.

- Deberá establecer los tiempos, lugares, contactarse con los expositores o disertantes, con el público y con los otros miembros de la comisión.

❖ **ESTRUCTURAS DE UN CONGRESO**

1. **Primer momento. PRE-CONGRESO:** desde que se establece la comisión organizadora, el pre congreso supone:

   - **Tiempo del congreso**
   - **Lugar del evento**
   - **Temario:** debe ser una temática atractiva, convocante y que sirva de estímulo para nuevas propuestas y encuentros.
   - **Publicidad:** sirve para los interesados en asistir. La publicidad vende y si bien el congreso tiene una finalidad cultural también hay que considerarlo un producto comercial que prestigie, no solo el evento en sí, sino la ciudad, región, país que será sede del mismo.

❖ **Actividades más importantes de la publicidad del congreso.**

- Elaboración de un programa científico tentativo con invitaciones para remitir ponencia.
- Programación de fechas, cronogramas de actividades a desarrollar.
- Posibilidades de inscripción por diferentes medios: Internet, fax, e-mail, correo.
- Información sobre características geográficas de la ciudad sede: cantidad de habitantes, clima, potencia económica, educativa, aspecto cultural, países limítrofes, redes viales y aéreas, etc.
- Ponencias

2. **Segundo momento. CONGRESO:**

Programas definitivos.

Características del lugar del evento: debe tenerse en cuenta la capacidad hotelera del lugar, el servicio de transporte interno y externo, el desarrollo comercial y las bellezas turísticas y culturales de la región.

Beneficios: intercambiar ideas, discutir opiniones, prestigio cultural, importante movimiento.

Otros organismos que deben involucrarse en la organización del evento son los centros de convenciones, municipalidades y otros.

Servicios adicionales que se puede ofrecer.

- Sistema de acreditaciones por computadoras-lectores ópticos.
- Sala de informática, informes estadísticos, cuadros demostrativos.
- Cabina de traducción simultánea, pantalla gigante.
- Video conferencias, retroproyector, sistema de video data.

La recepción en el Congreso

La persona que llega a un congreso trae espectativas y emociones, por ese motivo es importante que sean recibidos con calidez, poniéndonos a su servicio y tratando de que la estadía en nuestra ciudad sea lo más placentera posible.

Actividades que se realizan al terminar el Congreso

Se redactan síntesis de los temas abordados, los que se entregarán en forma de folletín a los participantes del día de la clausura, junto con los diplomas correspondientes.

Evaluaciones finales: se aprende de los errores, de las opiniones de los participantes, con respecto a las fortalezas y debilidades en la organización del evento.

b) Tipos de Eventos Empresariales:

1.- Rueda de negocios:

Concentración entre la mayor parte de personas con intereses comunes, donde uno representa la oferta y la otra la demanda. Un coordinador registra el interés de cada parte y les fija una cita. Habitualmente se realizan en el marco de congresos, y exposiciones con exposiciones paralelas.

2.- Workshop:

Taller de trabajo para profesionales de un mismo rubro, actividad o profesión. Es en ámbito dialogado y de intercambio informativo, entre colegas. Se impuso en turismo y se extendió a otros campos.

3. - Desayuno de trabajo:

Reuniones para tratar un tema predeterminado. 2hs. aprox. Se intercambian ideas, dirigidas por un modelador, es un trabajo en equipo distendido.

4.- Asambleas:

Son reuniones numerosas de personas con fines sociales, culturales o económicos.
Reuniones que buscan consenso entre las partes sobre la toma de decisiones.
Asambleas ordinarias: aprobación de balances, presupuestos, etc.
Asambleas extraordinarias: aprobación especial del tema. Cuando la resolución no esta prevista en el estatuto.

5.- Reuniones de lanzamientos, relanzamiento y posicionamiento de productos y servicios.

6.- Cursos de capacitación y motivacionales para público interno o mixto.

7.- Acciones con la prensa.

8.- Participación en Ferias y Exposiciones.

2.3-2 ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Importancia de los eventos para las empresas e instituciones
Los eventos toman a estos acontecimientos como modalidades promocionales, de Relaciones Públicas y Marketing, ya que la empresa através de ellos puede entrar en contacto con públicos diversos y continuar afianzando su imagen como Institución.

2.3-3 CLASIFICACIÓN DE EVENTOS

A) FERIAS Y EXPOSICIONES

Consisten en promocionar y dar a conocer al público los productos y servicios. Através de estas ferias y exposiciones, la empresa tiene posibilidad de dar a conocer productos y servicios al público, la oportunidad de relacionarse con otras empresas en aquellas personas que desean invertir en una organización.

Detalles a tener en cuenta para un Stand.

Lo óptimo es contar con un profesional que se ocupe de ambas instancias, se trabaja sobre una idea base que tenga en cuenta:

- La superficie.
- Iluminación.
- Sonido.
- El uso del color en la gráfica y señalización.
- El plan de enchufes.
- La presencia o no de un guardarropa.

Actividades que se cumplen dentro de un Stand.

- El personal contratado debe contar con una excelente presencia, estar capacitado para responder posibles preguntas y, de preferencia ser políglotas para poder atender eficientemente a los posibles visitantes extranjeros.
- El director o encargado del stand (además de controlar al personal) debe encargarse de solucionar cualquier inconveniente como por ejemplo: problemas de limpieza (tazas de café ya vacías desparramadas por el stand), alguna rotura que se halla producido (un florescente roto, etc.).
- Se debe hacer todo lo posible por invitar a los visitantes a que realicen preguntas. Una vez hechas, se deben contestar de forma más extensa y completa posible.
- Es bueno tener alguna bebida para invitar al visitante café, agua, jugo. En estos casos, es necesario que el diseño del stand incluya todo lo necesario para este fin.

Puntos a tener en cuenta para prevenir durante la feria o exposición.

- Robos
- Iluminación
- Apariencia de su parte de arriba
- Tomarle fotografías

B) CONFERENCIAS Y CONVENIOS

Estos dos tipos de eventos tienen lugar para tratar en profundidad temas que resultan de interés para la empresa y personas vinculadas a la actividad. Como valor adicional, proporciona a los individuos que a ella asisten la oportunidad de conocerse y ponerse en contacto.

C) COMIDAS DE TRABAJO

A diferencia de ferias exposiciones, convenios y conferencias cuyo carácter es verdaderamente extraordinario, existe otra serie de eventos, acontecimientos más de orden de lo cotidiano que se vinculan al mundo laboral y a la gastronomía. ***Las comidas de trabajo:*** En ella se debaten cuestiones laborales y profesionales de manera más bien distendidas, intercambiando información o agasajando a clientes o colegas, o bien pueden llevarse a cabo, simplemente para hacer una pausa en el ritmo laboral.

D) ALMUERZO DE TRABAJO

Es un corte entre la mañana y la tarde, de poca duración, constituido por una comida liviana y sin bebidas alcohólicas. Sin duda el almuerzo de trabajo es el más tradicional, plato de entrada, principal, postres.

Rasgos de un almuerzo de trabajo:

- En un mundo empresarial se considera un almuerzo de trabajo, a las reuniones de un equipo con su personal jerárquico, con una tarea en común o de directivos, con algún cliente importante.

- Al cambiar de ambiente se espera que el almuerzo de trabajo facilite el entendimiento al abordar una relación fluida entre sus participantes.
- La finalidad es abordar temas profesionales, laborales o empresariales.
- Su duración estimada es de dos horas y no resulta conveniente extenderla mucho tiempo más.
- Es importante que el menú sea ligero ya que seguramente, a todos los comensales les espera una tarde de trabajo; resulta inconveniente, los platos excesivamente elaborados o condimentados, son bienvenidos las verduras, carnes magras y las pastas con salsas ligeras.
- Aunque desde el primer momento se aborda el tema que motivó la cita. Es recién en el postre, cuando se entra con detenimiento en la materia y, si es necesario se toman notas y se consultan documentos.

E) DESAYUNO DE TRABAJO

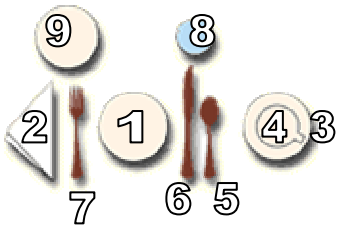
Este evento de origen anglosajón se ha ido extendiendo y popularizando por el mundo. Suele tener como objetivo organizar la jornada de trabajo o pasar revista a los principales problemas de la organización.

Puede tener lugar tanto en un despacho, como en una zona reservada de la misma empresa o alguna referencia de la zona. En general consta de una infusión (té, café con leche, café), un jugo y de tostadas con algún dulce, galletitas y medialunas.

Es importante que su duración no exceda una hora y media.

Diagrama de la disposición de vajillas para el desayuno

1. Plato mediano
2. Servilleta
3. Plato de té
4. Taza de té
5. Cuchara de té
6. Cuchillo mediano
7. Tenedor mediano
8. Copa de agua
9. Platito para pan o mantequilla



F) CENA DE TRABAJO

Tiene un carácter muy distinto al almuerzo, ya que la cena es considerada una reunión más de carácter íntimo y con un ambiente estrictamente profesional, habitualmente también asisten los cónyuges, lo que contribuye a que la conversación sea menos oficial, ya que la pareja no está directamente involucrada en la temática laboral. En estas situaciones, las cuestiones de trabajo se abordan de manera distendida, no se acude a documentaciones y contrariamente al almuerzo, no tiene una duración determinada, aunque nunca está de más madrugar al día siguiente y, por lo tanto es conveniente forzarlos a permanecer muy tarde.

G) VINO DE HONOR

Es un acto breve, se realiza de pie, puede ser al medio día o a la tarde, después de una conferencia, un curso, lanzamiento de un libro o exposición.

Se sirven 4 a 5 bocaditos por personas como sándwich, bocaditos salados y jugos de frutas, nunca gaseosas. Se ofrece copa de vino blanco o champagne con un promedio de 2 copas por personas.

H) CÓCTEL

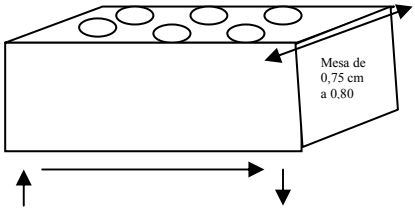
Se sirven al atardecer, con bebidas alcohólicas y el acompañamiento de algunos entremeses como sándwich de miga, triples, salados o canapés, variedades de bocaditos calientes, finalmente masas. Entre las bebidas se pueden servir ging tonic, jugos de frutas, wisky y variedades cóctel.

I) CÓCTEL OFICIAL

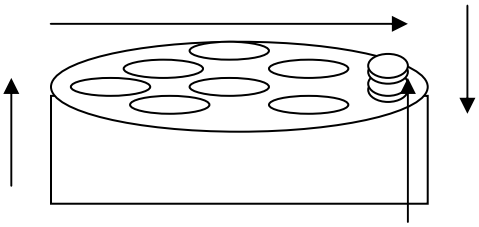
Se ofrece una variedad de quesos, con lo que invita copas de vino tinto, jamón, frutas con queso, pates, frutos de mar; las bebidas son vino blanco, tinto, agua mineral, wisky y champagna; de postre puede ser helado.

J) EL TÉ: por lo general se realiza a las 5 de la tarde o puede efectuarse entre las 4 y las 6 de la tarde en domicilios particulares u otros lugares destinados para el efecto.

K) <u>EL BUFFET:</u> la hora de realización es entre las 20 a 22 hs, tiene como objetivo facilitar la movilidad y relacionamiento entre los invitados, es de modalidad autoservicio.



Sentido de circulación, en mesa rectangular



Se ingresa del lado donde se colocan las vajillas

L) <u>ESPECTÁCULO</u>

Del latín *spectacŭlum*, un **espectáculo** es una **función** o diversión **pública** que tiene lugar en un espacio donde se congrega el público para presenciarla. Lo habitual es que los espectáculos se lleven a cabo en **teatros**, **estadios**, **circos** o recintos semejantes.

Un espectáculo no tiene por qué usar normas de protocolo. Ej.: ¿Dónde está en la entrega de los Óscar?

Características del espectáculo

- Se realizan para los espectadores.
- No hay vínculos emocionales.
- Existen intercambios económicos.
- Sus protagonistas son actores.
- Son imprescindibles los MASS MEDIA.

2.3-4 PROCESO E IMPORTANCIA DE UN EVENTO PARA LA SOCIEDAD - MENSAJES

Implica comunicación y vida de relación dentro de la sociedad organizadora y una invitación al diálogo en un ambiente agradable y distendido. La organización de un evento pone en juego la imagen de la empresa o Institución.

Al organizar un evento se pretende generar mensajes que puedan servir para enriquecer a los públicos asistentes.

<u>PROCESO DE UN EVENTO</u>

Un evento: **Genera mensajes**

- Intencionales, voluntarios.
- Mensajes externos.
- No intencionales, involuntarios.
- Explícitos e implícitos.

<u>Son transmitidos por diferentes</u> ***medios de comunicación***

Medios:

- **Mass media-medios**. Medios masivos de comunicación.
- **Micro media-medios**. Externos, diarios, exposiciones, conferencias, Internet, e-mail, video conferencias, conclusiones, etc.

<u>Estos mensajes convergen en el</u>**:** **Campo somico,** el público va a tomar contacto con los mensajes y les va a dar sentido.

La recepción de los mensajes en los públicos genera una *Imagen del Evento*, que es la mejor publicidad para la organización de encuentros posteriores.

Tipos de mensajes

a. **Intencionales o voluntarios:** Informar gratuitamente, establecen en su concepción un proceso de codificación técnicamente asistida. Se manejan contenidos relacionados, soportes, traduciendo las ideas a un código que todos puedan entender.

b. **No intencionales o involuntarios:** Son ingobernables y no están generados por los organizadores del evento, sino que surgen espontáneamente entre el público en base a un estímulo ocasional.

c. **Implícitos o explícitos:**

- **Explícitos:** Se pueden dar anuncios de mensajes relacionados con la filosofía de evento, un mensaje denotativo que diga lo que el emisor quiere.
  Ejemplo: Comunicado de prensa, comunicaciones de RRPP, et.
- **Implícitos:** Son más connotativos, específicos, cada persona da una connotación subjetiva de acuerdo a sus emociones, empresariales, libertad de interpretación de los hechos.

d. **Mensajes externos:** Generado por los observadores externos, ya que através de los medios de comunicación o entre personas que están en el radio de influencia de la sede del evento. Ej.: opiniones, rumores, etc.

2.3-5 OBJETIVO FUNDAMENTAL DE UN EVENTO

Establecer un vínculo de comunicación entre personas de diferentes sectores sociales, nacionales o extranjeros

Aspectos básicos a analizar para organizar un evento

- Dimensión estratégica del público.
- Influencia en el resto del público.
- Difusión de la imagen de la empresa.
- Conocimiento de la institución que respalda el evento.

Los aspectos que influyen en el entrono para la organización de un evento son los cambios económicos, políticos y sociales. El entorno es lo que envuelve al evento.

Aspectos a tener en cuenta en la planificación de un evento: Es necesario realizar con sumo cuidado la organización de cualquier tipo de reunión o evento, previendo los aspectos técnicos, tener la convicción de que los asistentes deben retirarse de ella sintiendo que han cubierto sus espectativas.

- **Clasificación del evento:** Significa determinar dentro de que figura se catalogará la reunión; conferencia, entrevista, presentación, seminario, etc.
- **Organizadores:** El armado prolijo y responsable de una reunión social requiere de tiempo y dedicación, es aconsejable contratar servicios de algún Relacionista Público o empresa especializada en eventos o desligar a una persona de la empresa o Institución de sus tareas.
- **Lugar a realizarse:** Debe poseer infraestructura hotelera y servicios, restaurantes, centros de convenciones, atractivos turísticos, si las autoridades locales están dispuestos a respaldar el evento.

  Características de la sede:
  - Espacio físico con el que se cuenta.
  - Contratar un lugar equipado con un excelente sistema de sonido e iluminación.
  - Estar ubicado en un lugar estratégico, cómodo y de fácil acceso.
- **Fecha del evento:** Detalles a tener en cuenta para fijar la fecha del evento.
  - Segmentación de público que será convocado.
  - Constatar que época del año resulta más conveniente.
  - Considerar la organización, en fechas alejadas de la finalización del año académico, festividades religiosas, de fin de año o periodo vacacional.

- **Tiempo de organización:** Debe ser preparado con mucha anticipación (3 a 6 meses), las invitaciones deben ser cursadas 6 meses antes, deberán presentar un esbozo previo de la organización del evento en cuanto a temas a tratar, fecha, lugar, costos, plazos, hotelería y transporte.
- **Objetivos:** Determinar con precisión que fines tiene el evento y que objetivos se quiere alcanzar con la organización del mismo.
- **Planificación de las actividades:** Los organizadores deben realizar una planificación de las actividades a desarrollar teniendo en cuenta lo siguiente:
  - Tema o motivo convocante.
  - Objetivos de la reunión.
  - Disertantes.
  - Estructura: numero de sesiones y de días para su desarrollo.
  - Duración de casa sesión.
  - Lugar que se destinará al evento (reservado con mucha anticipación).
  - Contratación de servicios técnicos con suficiente antelación; iluminación, sonidos, locutor, recepcionistas.
- **Actividades recreativas del evento:** Deben incluir la organización de lunch, cenas, desayunos de trabajo con servicios de catering.

  Si el evento es de larga duración y con la asistencia de personas de otros puntos del país o del extranjero, organizar actividades turísticas.
- **Evaluación del evento:** Un evento se evalúa mediante encuestas, cuestionario, conociendo la opinión del público, sobre los servicios recibidos durante su estadía al evento.

  Se debe investigar la calidad académica del encuentro, organización del evento, satisfacción en el plano comunicacional, actividades recreativas.

  ¿Para que sirve un mapa público?: Sirve para que puedan diseñar la estrategia de comunicación selectiva.

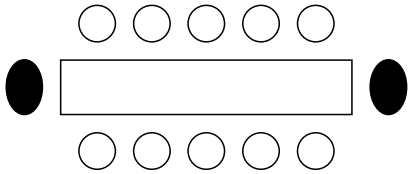
3 PRECEDENCIA

Es el lugar que le corresponde a cada persona en la mesa de acuerdo con el cargo que ostenta. En actos oficiales hay que respetar el orden protocolar establecido por decretos nacionales, departamentales o municipales.

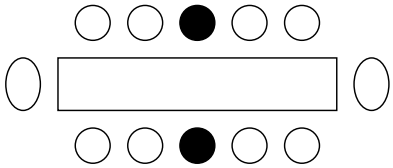
- **Ley de la derecha:** La primacía esta dada a la derecha. Es la ley que ubica al más importante a la derecha del anfitrión.
- **Ley de la proximidad:** Ubica al segundo en importancia al lado izquierdo del anfitrión.
- **Orden lateral par e impar:** Es el orden, en el cual, el lugar de preferencia es el de la extrema derecha. Es par si el número de integrantes de la fila es par, el lugar más importante es el de la extrema derecha. Si el número de integrantes es impar el lugar privilegiado será el centro.
- **Orden lineal:** En el orden lineal, es decir cuando las personas caminan una detrás de otra, la mayor jerarquía encabezará, las líneas seguidas por las otras que lo harán en el orden de precedencia que le corresponda.
- **Orden alternado:** Consiste en que el original del tratado que corresponde a cada país, sea firmado primero por el jefe o representante del mismo país (firman al mismo tiempo y luego se intercambian los documentos).

- **Precedencia en la ubicación de la mesa**
  En actos protocolares se respeta el orden protocolar.
  En otros de acuerdo al cargo que ostenta.

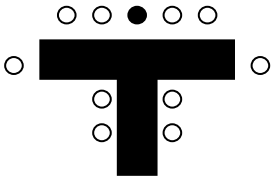
Orden de precedencia al estilo inglés: los dueños de casa se sientan en la cabecera o punta de la mesa, este estilo favorece la conversación de las personas más importantes, como si se hiciera un círculo de conversaciones alrededor de ellos. Se hacen 2 círculos de conversación en ambos extremos.



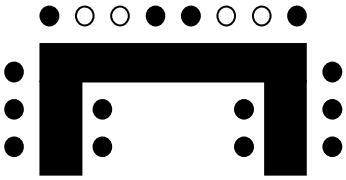
Orden de precedencia al estilo francés: los anfitriones en el medio uno frente al otro.



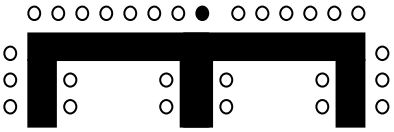
Mesa en T



Mesa en herradura mixta



Mesa con 3 extensiones



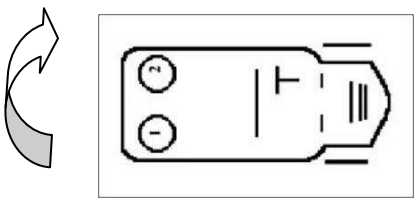
3.1 Reglas de cortesía que se deben guardar en la mesa

- El hombre siempre ayuda a la señora que tiene a su derecha a correr la silla
- Se retira la servilleta y se pone sobre la rodilla
- Sentarse en el medio de la silla, no apoyar los codos en la mesa
- Cuando se habla o se toma la copa, los cubiertos se dejan al costado.
- Cubiertos: a la derecha el cuchillo, a la izquierda el tenedor, la cuchara es la última a la derecha, la más alejada del plato.
- Al terminar de cenar, los cubiertos van juntos al lado derecho. Si solo se hace una pausa en la comida, se coloca un cubierto a cada lado.

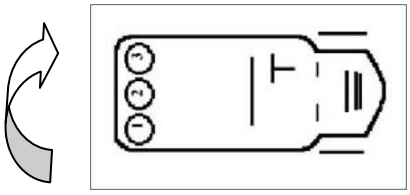
3.2 Protocolo del viaje en automóvil

Su ubicación es de derecha a izquierda, se designó como lugar de honor la ventanilla derecha del asiento trasero, tomando como referencia el volante que está en el lado izquierdo del vehículo.

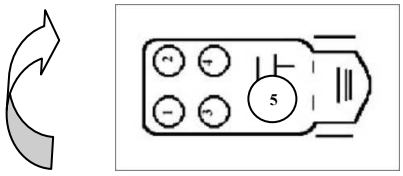
Cuando viajan dos personas: el de la derecha es el más importante accediendo por la puerta del mismo lado y el número dos en precedencia lo hace por la puerta izquierda, pasando por detrás del automóvil.



Cuando se colocan tres personas: el más importante siempre a la derecha y por la misma puerta el número tres y por la izquierda siguiendo el dos. Siempre que vayan los tres en el asiento trasero.



Cuando se colocan cuatro personas de igual jerarquía: se debe utilizar dos automóviles, la mujer en función de su cargo pierde su precedencia como mujer, manteniendo el de su jerarquía.



La persona que vaya al lado del chofer deber ser el de menor rango que los demás.

3.3 Clasificación de actos y normativas a aplicar.

<table>
<tr><th colspan="6">TIPOS DE ACTOS EN FUNCIÓN A SU TITULARIDAD</th></tr>
<tr><td rowspan="8">Tipos de Actos</td><th colspan="3">Actos</th><th>¿A quiénes invitamos?</th><th>Tipos de invitados</th><th>Reglamento</th></tr>
<tr><td colspan="3">Privado</td><td>• Individuo
• Familia</td><td>• Todo tipo de invitados</td><td>• Ninguno</td></tr>
<tr><td rowspan="6">Público</td><td colspan="2" rowspan="2">1. No oficiales</td><td rowspan="2">• Empresas
• Fundaciones
• Partidos Políticos
• ONG’s
• Asociaciones
• Gremios</td><td>• Sin *personalidades
• Sin *Autoridades</td><td>• Normativa Institucional.</td></tr>
<tr><td>• Con *personalidades
• Con *Autoridades</td><td>• Normativa Institucional.
• Manual de Ceremonial y Protocolo.</td></tr>
<tr><td rowspan="4">2. Oficiales</td><td rowspan="2">A. Carácter General</td><td>• Presidente de la Rca. Del Paraguay.
• Autoridades u organismos del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública.</td><td>• Solo *Autoridades
• Sin *personalidades</td><td rowspan="2">• Normativa Institucional.</td></tr>
<tr><td>• Con *personalidades
• Con *Autoridades</td></tr>
<tr><td rowspan="2">• Gobernaciones Departamentales
• Municipalidades.</td><td>• Solo *Autoridades
• Sin *personalidades</td><td rowspan="2">• Normativa de Municipios y Gobernaciones.</td></tr>
<tr><td>• Con *personalidades
• Con *Autoridades</td></tr>
<tr><td>B. Carácter Especial</td><td>• Consejeros, Directores Administrativos, Médicos, Área Central, Área Interior del IPS.
• Agentes Vivos y Dirigentes sociales.
• Poder Legislativo.
• Poder Judicial.
• Representación Diplomática.
• Jerarquía Eclesiástica</td><td>• Solo *Autoridades
• Sin *personalidades

• Con *personalidades
• Con *Autoridades</td><td>• Normativa del Ministerio de Relaciones Exteriores.
• Normativa Eclesiástica.</td></tr>
</table>

* **Personalidades:** Persona que destaca en una actividad o ambiente, representa a una Institución, Gremio, otros.

* **Autoridades:** Son aquellas personas que tienen un cargo con Rango Constitucional.

El Maestro de Ceremonia

CAPÍTULO TRES
EL MAESTRO DE CEREMONIAS

1. EL MAESTRO DE CEREMONIA *"Realidad frente a las nuevas tendencias en el protocolo"*

Es el Conductor de Actos, que tiene un grado importantísimo de responsabilidad en los eventos protocolares y de índole artístico, político, académico, militar o social, entre otros.

El éxito o el fracaso, los cambios y adaptaciones de un acto o ceremonia, dependen en gran medida, de la destreza de este personaje.

3.2 Características fundamentales del perfil.

- **Visión del acto**: Conocimiento en detalle de la programación de la ceremonia.
- **Ubicación en el escenario**: Descripción gráfica del montaje y la ubicación de las personalidades, materiales, adornos y equipos que formen parte.
- **Autoridad del acto**: Personalidades que intervienen en el acto, así como el orden en que se instala la presidencia del acto y su respectiva precedencia.
- **Saber**:
  Quiénes intervienen: Las personalidades que estén pautadas para los discursos e intervenciones.
  Quién Entrega: Las personalidades que de una u otra forma sean las que impongan alguna condecoración, entreguen un reconocimiento o distinción.
  Quién Recibe: Personalidades que sean homenajeadas o reconocidas en el evento.

En tal sentido se describe el perfil del Maestro de Ceremonias el cual debe contener lo siguiente:

- **Alto nivel cultural**; que goce de cultura general, desarrollando conocimientos del tema en que se desarrolla como Maestro de Ceremonia.
- **Experiencia en manejo de grupos**, guardando la tolerancia y respeto y haciéndola ejercer por el público presente.
- **Expresión verbal y elocuente**, donde maneje incluso términos en otros idiomas.
- **Proactivo**, equilibrado en las emociones, con dominio en la creatividad, capaz de adaptar el guión en situaciones repentinas.
- **Puntual**, en todo momento, como una regla de oro para lograr la perfección del evento y el agrado del público y los organizadores.
- **Discreto**, reservado y responsable, con condiciones éticas.
- **Minucioso en los detalles**, tanto en la presentación personal, como en el escenario del evento.
- **Con alto grado de motivación y socialización**. Educado, cortés, respetuoso de las ideas y con vocación de servicio, donde haga propio el trabajo que en común es de todos.
- Se supone, que dentro de esas condiciones, debe observar las **técnicas adecuadas del orador eficaz**, manejando el tono, la frecuencia y el lenguaje corporal, aunque no sea el personaje del discurso le corresponde tener conocimiento de esta facultad.
- El Maestro de Ceremonia, debe ser **PERSUASIVO**. Manejarse con seguridad y elocuencia, observando valores básicos e indispensables que representan las técnicas, la formación, la experiencia y el denuedo profesional del sujeto que ejercer esa función.
- **Líder**, con Don de Mando, con capacidad de resolver problemas y ejercer autoridad.
- El Maestro de hoy en día, debe elevar su nivel profesional en los conocimientos y utilización de equipos tecnológicamente adaptados a la estructura del evento, así como al tipo de evento, en razón de su utilidad y maniobra, como el mantenimiento que eleve el interés al público, sin hacer que éste se olvide del motivo principal del evento.

- El observar las estructuras del discurso, en su amplio sentido y valerse de los conocimientos acumulados para el ejercicio de esta actividad, incorporar nuevas tecnologías, determinarán el éxito del evento, aunque veladamente, ese triunfo, sea también el del Maestro de Ceremonia. El aplauso al evento, es el premio al Maestro de Ceremonia.
- El Maestro de Ceremonia, conlleva a un perfil de excelencia, más aún cuando los públicos, la tecnología y los medios de comunicación y alternativos están pendientes y presentes en el acto.
- Es un profesional, que se ha preparado para asumir tal responsabilidad, que sin duda alguna se puede convertir en un riesgo o en un éxito de tal dimensión, que éste pondrá de forma más armónica un punto final del mismo, a lo que con preparación previa y planificada forma la estructura de una acto.

Ya No solo es conversar sino convencer y persuadir, es concentrar la idea del acto, para lograr el proceso de comunicación, con el fin de elevar emociones, aun cuando una persona o institución organizadora tiene bajo su responsabilidad el acto y ese es el Maestro de Ceremonia quien asume la conducción del mismo, por lo que es preciso impulsar este tema, el cual presenta la importancia en la formación de este personaje, que conjuga además el dominio, la destreza y el conocimiento de toda la estructura técnica y profesional adecuada a un tema principal, según el tipo y el tiempo del evento que se asume, con la finalidad de interactuar entre los públicos que entran en contacto comunicacional, durante el espacio programado que dure el acto.

- Requiere de un *máximo de estudio, composición, adaptación de roles, autenticidad, iniciativas con técnicas sencillas, con mucha seguridad, firmeza y aplomo*.
- Debe sentirse cómodo en el acto por lo que *reconoce e identifica el* evento organizado.
- Anteriormente prevalecía la presencia masculina, hoy rompe los esquemas con la introducción de todos los géneros.
- La Mujer hoy en día, se adaptó a los tipos de eventos y presentaciones.
- Se puede decir, que la presencia de la mujer le da una connotación agradable al acto, el Maestro de Ceremonias de hoy, ha roto las barreras generacionales y de género, en ocasiones el trabajo se hace compartido, *da una más versátil armonía al evento, sobre todo cuando están presente en la conducción del acto una dama y un caballero*, un adulto y un niño, Ocasiones casos múltiples de Maestros de Ceremonias *imprime un dinamismo y complemento a los temas que se traten, incluso se apoyan entre sí logrando mejor tratamiento en el tiempo que dura la actividad.*

1.2 Características Básicas de su perfil

Contexto Humano (Personal): Asume de forma natural, que viene a ser parte de si mismo, apoyado del aprendizaje de la vida.

- La Voz,
- La Mirada,
- Los Gestos,
- La Imagen,
- La Cultura y Urbanidad,
- Presencia,
- Histrionismo (representación, compromiso con el Evento).
- Imbricación con el Evento.

Es de entenderse que hay una marcada diferencia entre el Maestro de Ceremonias, el cual conduce formalmente un acto y se centra en la naturaleza del evento con un guión establecido, al del Animador de shows y variedades, los cuales pueden salir de su formalismo y aplicar contenidos que hagan divertir el evento, cosa que no es de la estructura del Maestro de Ceremonias dentro de su formalidad, y mucho menos al del locutor de los sistemas radiofónicos, quien es un imaginario que describe y proyecta contenidos de cuñas, propagandas y situaciones locales.

No es el centro de atención de la actividad, él es un facilitador.

Contexto Estructural Organizativo: Es aquel que asume el Maestro de Ceremonia, en la adaptación de las técnicas del acto en función a la dinámica que se desarrolle en todo el evento.

Debe contemplar el libreto o guión del evento, donde estén previstos cada uno de los momentos del acto, e inclusive, aplicaciones en casos sobrevenidos, que pudieren ocurrir y que se contemplen con anterioridad.

1.3 Avances en la utilización de tecnologías al concepto del Maestro de Ceremonias

Caracteriza al perfil del Maestro de Ceremonias, el manejo de nuevas tecnologías que afianza la composición estructural de esta profesión y del cual no puede escapar por el compromiso que tiene en adaptarse a la realidad de una sociedad, y es por ello que su trabajo no puede quedar en el simple convencionalismo de ser un presentador estático y rígido, estático en el tiempo, este debe avanzar con las exigencias del tiempo y de las generaciones, sin perder su raíz. Vemos pues que la utilización de tecnologías facilita este proceso.

Ejemplo:

- **Teleprompter:** Aparato electrónico que refleja el texto del tema a desarrollar y la noticia o información que requiere en el momento. Casi todos los que utilizamos esta herramienta, mantenemos el guión impreso como precaución a fallos técnicos que hagan que no funcione bien el aparato.
- **Web 2.0:** Es un término que se refiere a la evolución reciente del World Wide Web, donde su uso general está más orientado a los usuarios y en el caso particular del Maestro de Ceremonias, éste debe centrar la aplicación del contenido de la web, para facilitar el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario a las comunidades web, como los servicios web, las aplicaciones Web, los servicios de redes sociales, los servicios de alojamiento de videos, las wikis, blogs, mashups y folcsonomías, que facilitan el proceso de comunicación y conocimientos de los profesionales en la conducción del acto a fin de poder equilibrarse con el público innovador.
- **Escenarios Movibles:** Representan una plataformas que permiten cambiar de locaciones en diferentes escenarios en una sola instalación, aquí el Maestro de Ceremonia, tiene que aplicar diferentes adaptaciones, ya sea de vestuario como de contenidos, pues estos tipos de escenarios pueden proporcionar al evento espacios destinado para diferentes representaciones de obras de teatro, de otras artes escénicas (música, danza, canción, etc.) o utilizado para otros eventos (conferencias, congresos, mítines).
- **Iluminación y efectos (Mapping) (Videos, Micrófonos, Escenarios):** El Maestro de Ceremonias, tiene un gran reto con estas innovaciones, ya que el juego de luces, sonidos y efectos, que se distribuye en todo el escenario puede distraer la atención al público por las maravillas que presentan y la diferenciación de tonos de luces blancas y de colores dentro del escenario también puede limitar a la lectura o presentación por parte del conductor del acto, así como por la estructura y diseño, es posible que la figura del Maestro de Ceremonias se puede perder.

Esto requiere de mucha preparación y prácticas previas a cualquier presentación para mantener tanto el dominio del público como el de sí mismo.

1.4 Las condiciones que debe observar el maestro de ceremonia

Entre las condiciones que ha de estar garantizada en la ejecución del trabajo de este profesional, esta el que el Maestro de Ceremonia, ha de tener movilidad en el área de acción, la cual conviene hacer con discreción, tranquilidad, sin prisa pero con libertad de movimiento (sin abusar de ello), que le permita chequear los detalles, manejando un lenguaje corporal adecuado, discreto, respetuoso; teniendo cuidado, en no distraerse en la lectura y las acciones que ocurran en el evento. Su comportamiento debe ser ecuánime y muy formal durante el desarrollo del acto.

a. El Maestro de Ceremonia, se apoya de un guión o libreto, el cual es la herramienta fundamental que determina la secuencia, el orden y la descripción de las participaciones previamente organizada.

b. **El conocimiento del tema, el entrenamiento en la lectura y la pronunciación**, es básica e imprescindible, por lo cual, debe hacer en forma clara, nítida y precisa en la dirección de la ceremonia. Al leer deberá tener cuidado con alguna luz o elemento, que le incomode o interrumpa esta acción.

c. Es preciso, que tenga un **control dominante en el manejo del micrófono**, a objeto de no incurrir en impresiones, o inconveniente manipulación, al tratar de encenderlo o apagarlo, así como golpear el receptor de voz para verificar si está encendido o decir aló, aló o bueno, bueno, para verificar si se escucha; o desprenderlo del paral que lo ajusta para buscar seguridad de sí mismo. Estas revisiones, deben ser previas al inicio del acto.

d. **Facultad para manipular los instrumentos de apoyo**, como el guión, carpeta, papel y lápiz, para adaptar o modificar cualquier eventualidad que ocurra en el momento previo o en el acto en sí.

e. **Conocer los nombres y referencias especiales de las personalidades e invitados**, que va a llamar a presidir el acto para su presentación, así como el cargo o el rango que ostenten y el orden de precedencia de éstos; como lo señalan algunos autores, "es vital para la subsistencia del Maestro de ceremonia, pues cualquier equivocación puede afectar la dinámica del acto y hasta corre riesgo su cargo". Conocer a cada uno de los participantes y lo que cada uno de ellos deberá hacer en todo momento.

f. **Conducirse con sobriedad, orden y precisión, desarrollando los temas de forma breve y ajustada al acto**. Salirse de estas condiciones puede transformar la naturaleza del acto. Su capacidad debe estar sujeta al acto y a lo que el guión le indique, sin adelantarse pero tampoco retardarse en el tiempo de ejecución del acto.

g. Una de las condiciones más relevantes del Maestro de Ceremonia, es el **dominio de la audiencia**, el control del acto en cualquier eventualidad o riesgos en la seguridad, con una facultad precisa de poder prolongarse sin salir del tema, si en dado caso el orador o discursante tiene algún retraso en la intervención.

h. Hay condiciones que permiten que el Maestro de Ceremonia tenga la suficiente agilidad mental para **asimilar los cambios o variaciones del programa**, que generalmente ocurren, ya que todos sabemos que ningún acto es igual al otro y hasta dentro del mismo acto, ocurren ajustes de momento. De la misma forma deberá saber a quién o a quiénes, hacerle caso en los momentos de cambios dentro del acto. Ocurre y sucede que en oportunidades, personas que se involucran en la organización, quieren hacer sentir autoridad sobre el conductor del acto y pueden transmitir enfoques y posturas en mensajes confusos, contradictorios y fuera de lugar.

i. Refiere el autor José Geraldo Guerrero Lobo, en su libro El Ceremonial y Protocolo en Venezuela, "que en actos protocolares, el acierto del mismo dependerá de su **capacidad de anticipación**: cuidar las variaciones del ceremonial o del texto de la celebración y conocer lo que ocurre después, anticipándose a los movimientos de los ayudantes o asistentes de ceremonia, para que tengan preparada las condecoraciones o el libro de firmas o los documentos o actas a ser leídos y presentados para sus firmas".

j. Una de las condiciones más relevante del Maestro de Ceremonia, es **hacerse notar pero sin verse como el protagonista del acto**; es decir, sentirse pero no verse. Lo que a su vez, debe demostrar que su memoria, está facultada para recordar detalles importantes, que aporten al evento, así como la forma y la unidad de la celebración del acto.

k. El Maestro de Ceremonia, debe **ensayar o practicar cuantas veces sea necesario** con los servicios complementarios que se vayan a desarrollar en el acto, ya que con estas prácticas, podrá corregir o incorporar nuevos elementos.

l. **Debe desarrollar su intervención con razonamiento** extenso y dirigido de esta persona a otra u otras, con exposición oral que permita persuadir, sobre el tema principal del acto.

m. Su propuesta ceremonial, debe tener **contenido, basado a la experiencia**, copado de detalles, ilustraciones, personificaciones, dramatismo y ejemplos en algunos casos; y todos estos expresados con términos familiares y concisos los cuales den la comprensión y el entendimiento adecuado; en donde lo que se quiere decir, sea entendidos por todos.

n. El Maestro de Ceremonia, en su condición de conductor de actos precisa**, tener información exacta, sobre una serie de elementos** que son determinantes, para el manejo del escenario, del público, de la temática y del evento en general, entre otros, a saber:

Elementos y características

- Lugar del evento y las condiciones del mismo.
- Hora del evento y tiempo de desarrollo.
- Tipo de público y número aproximado de asistentes.
- Tipo de acto y temática a abordar.
- Listado de autoridades o personalidades asistentes al acto.
- El trato o tratamiento protocolar, del cual deberá expresar al llamado de las personalidades.
- El libreto o guión del acto.
- Podium, ambón, atril o púlpito.
- Lápiz o Lapicero, puntero.
- Precedencia y vocativo.

En conclusión el Maestro de Ceremonias, frente a las nuevas tendencias en los actos y el protocolo, debe mantenerse en el reto de la acción y el dinamismo de la actualidad, de la formación permanente, orientado a la realidad de los hechos y conjugado al esfuerzo de profesionalizarse en consonancia a las exigencias de los públicos y vida, que muestra de este importante personaje necesario y vital en los actos protocolares una visión prolongada de su permanencia, capaz anexarse y estar por encima de las tecnologías y los cambios que ofrece el mundo moderno y globalizado.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTOS CONSULTADOS

Labariega Villanueva Pedro G. Derecho Diplomático. Editorial Trillas

Chavarri del Rivero Tomas- protocolo internacional, Ediciones Protocolo

Valenzuela Delgado José Carlos, Las Discapacidades en el Protocolo, Ediciones Protocolo.

Marín Calahorra Francisco, El Protocolo en los actos de empresa. Editorial fragua.

Marín Calahorro Francisco, Fundamentos del protocolo en la comunicación institucional, Editorial Síntesis.

Fuente Lafuente Carlos, protocolo para eventos, Ediciones Protocolo. Otero Alvarado Ma. Teresa, Protocolo y organización de eventos, Editorial UOC.

Pagés Llergo Rebollar Beatriz, Revolución e Instituciones, Editorial Cruzada. Conferencias de los Congresos Internacionales de Protocolo:

Valencia, Palma de Mallorca, Madrid, Aguascalientes, *Zaragoza,* Roma, Bilbao.

Conferencias de los congresos Internacionales de México:

México, 2001, 2002, 2003, Tabasco 2005, México 2006, Guadalajara 2007, México 2008, 2009, 2010.

Contenido de los Estudios de Experto Universitario en Protocolo y Relaciones Interinstitucionales, Universidad Miguel Hernández, Escuela Internacional de Protocolo, Elche 2000.

Ley de ceremonial de la República de Colombia.

Ley de Ceremonial de Perú.

Convención sobre las misiones especiales, Adopción: resolución 2530 (XXIV)

De la asamblea General de la ONU 8 de diciembre de 1969.

Convención de Viena sobre Relaciones Diplomáticas, 18 de Abril de 1961. Convención de Viena sobre Relaciones Consulares.

XII CONGRESO INTERNACIONAL DE PROTOCOLO - V CONGRESO PARAGUAYO DE CEREMONIAL Y PROTOCOLO, Asunción – Paraguay año 2011.

Elaborado por: Lic. Carlina Samudio - Tec. Silvia Domínguez
Oficina de Comunicación Institucional – IPS
Años 2012

ÍNDICE

Página Nº

PORTADA.....**Pág. 1**

PRESENTACIÓ.....**Pág. 2**

CONCEPTOS.....**Pág. 3**

Capítulo Uno. Conceptos. Protocolo - Concepto Etimológico. Ceremonial.....**Pág. 4**

TIPOS DE EVENTOS.....**Pág. 5**

Capítulo Dos. De los Tipos. Ceremonias. Actos. Actos Institucionales.....**Pág. 6**

Actos Protocolares.....**Pág. 7**

Eventos. Tipos de Eventos.....**Pág. 8**

Jornadas. Foro. Debate. Panel. Congreso. Objetivos de un Congreso. ¿Quiénes organizan un Congreso?.....**Pág. 9**

Actividades de los comités. Estructuras de un Congreso. Actividades más importantes de la publicidad del congreso. Servicios adicionales que se puede ofrecer.....**Pág. 10**

La recepción en el Congreso. Actividades que se realizan al terminar el Congreso. Tipos de Eventos Empresariales. Organización de Eventos. Clasificación de Eventos.....**Pág. 11**

Detalles a tener en cuenta para un Stand. Actividades que se cumplen dentro de un Stand. Puntos a tener en cuenta para prevenir durante la feria o exposición. Conferencias y convenios. Comidas de trabajo. Almuerzo de trabajo.....**Pág. 12**

Desayuno de trabajo. Diagrama de la disposición de vajillas para el desayuno. Cena de trabajo. Vino de honor. Cóctel. Cóctel oficial. El té.....**Pág. 13**

El buffet. Espectáculo. Proceso e Importancia de un evento para la sociedad – MENSAJES.....**Pág. 14**

Tipos de mensajes. Objetivo fundamental de un evento. Aspectos básicos a analizar para organizar un evento. Aspectos a tener en cuenta en la planificación de un evento.....**Pág. 15**

Tiempo de organización. Objetivos. Planificación de las actividades. Actividades recreativas del evento. Evaluación del evento. **PRECEDENCIA.** Ley de la derecha. Ley de la proximidad. Orden lateral par e impar. Orden lineal. Orden alternado.....**Pág. 16**

Precedencia en la ubicación de la mesa. Reglas de cortesía que se deben guardar en la mesa. Protocolo del viaje en automóvil.....**Pág. 17**

Clasificación de actos y normativas a aplicar. Personalidades. Autoridades.....**Pág. 18**

EL MAESTRO DE CEREMONIAS.....**Pág. 19**

Capítulo Tres. El Maestro de Ceremonias. Características fundamentales del perfil.....**Pág. 20**

Características fundamentales del perfil.....**Pág. 21**

Avances en la utilización de tecnologías al concepto del Maestro de Ceremonias. Las condiciones que debe observar el maestro de ceremonia.....**Pág. 22 al 23**

Elementos y características del Maestro de Ceremonias.....**Pág. 24**

Bibliografía.....**Pág. 25**

Índice.....**Pág. 26**