

**Tendencias en eventos como valor agregado al portafolio ofrecido por Contáctica
Comunicaciones**

Trabajo de Grado Para Optar Por El Título de Comunicadora Periodista

María Lizeth Moreno Taborda

**Asesora
Luisa Fernanda Pulgarín Restrepo
Especialista en alta gerencia**

**Corporación Universitaria Lasallista
Facultad de Ciencias Sociales y Educación
Comunicación y Periodismo
Caldas, Antioquia.
2013**

Contenido

Resumen	4
Abstract.....	5
Objetivos de la práctica	7
Objetivo general	7
Objetivos específicos	7
Justificaciones	8
Impacto científico y tecnológico	8
Impacto social y económico.....	9
Marco teórico	11
Antecedente histórico	11
Estructura OPC	13
Perfil de un organizador de eventos.....	14
Reglamentación.....	16
Clasificación de eventos.....	18
Los eventos y el turismo	24
Metodología	27
Resultados	29
Descripción del proceso.....	29
Replanteamiento.....	30
Primera Fase – principios teóricos basados en la web	31
Segunda Fase – análisis de resultados basados en la observación.	41
Conclusiones	47
Recomendaciones	48
Referencias.....	49

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1 Estructura OPC	15
Ilustración 2 Almuerzo Embajador de Estados Unidos, Plaza Mayor.....	42
Ilustración 3 Almuerzo - Visita Reyes de España, Medellín	43
Ilustración 4 Sala lounge Evento.....	44
Ilustración 5 Foro E Medellin 2008.....	45
Ilustración 6 III Foro Base Internacional del BID.....	46

Resumen

El presente trabajo se traza inicialmente unos objetivos que comprenden el cuerpo de estudio; la indagación de tendencias en eventos para alimentar la relación con los clientes de Contáctica Comunicaciones a partir del portafolio de servicios.

Siendo Contáctica Comunicaciones, una empresa dedicada a la realización de eventos académicos, se justifica la esencia de agregar a su portafolio de servicios las tendencias de eventos encontradas a partir de la búsqueda en las diferentes fuentes. Comprendiendo además desde una parte teórica información relevante sobre los eventos: su tipología, reglamentación, entes reformadores, perfil del organizador de eventos, entre otros aspectos importantes e indispensables para contextualizar el desarrollo del trabajo.

Se plantea desde luego una metodología para obtener resultados que respondan a los objetivos proyectados. No se obtienen resultados de acuerdo a la metodología establecida, por lo que es necesario dar un nuevo redireccionamiento a la investigación. Se habla entonces de la descripción del proceso y de cómo a partir del nuevo redireccionamiento, se obtienen los resultados esperados aptos para ser parte del portafolio de Contáctica Comunicaciones, con base en dos procesos metodológicos desarrollados.

Finalmente se concluye el trabajo de práctica con unas conclusiones y recomendaciones que buscan evidenciar la importancia de implementar en los eventos, de acuerdo a la elección de los clientes, las distintas tendencias recolectadas para tal fin.

Palabras clave: tendencias, eventos, búsqueda, proceso, metodología.

Abstract

This work was initially drawn objectives that comprise the body of study, the investigation of trends in events to nurture the relationship with customers from Contáctica Communications portfolio of services.

Being Contáctica Communications, a company dedicated to achieving academic, justified the essence to add to your portfolio of services event trends found from searching different sources. Understanding well from theoretical information relevant to the events: their typology, regulatory reformers entities, event organizer profile, among other important and essential for the development of the work context.

We propose a methodology course for results that meet the intended goals. No results are obtained according to the established methodology, so it is necessary to redirect to a new research. This is known as the process description and how from new inventive, you get the expected results fit to be part of the portfolio of Contáctica Communications, based on two methodological processes developed.

Finally we conclude the practical work with conclusions and recommendations that seek to demonstrate the importance of implementing the events, according to the customers' choice, different trends collected for this purpose.

Keywords: trends, events, search, process, methodology.

Las tendencias en eventos son información esencial para una empresa dedicada a la realización de certámenes. Se debe ofrecer a los clientes una gama de opciones para realizar sus eventos de acuerdo con su preferencia y capacidad, pero dándole una adecuada orientación. Para esto se hizo necesaria una búsqueda, que permitiera entender un poco más acerca de las tendencias, cuáles son y básicamente qué comprende cada una de ellas. La mayoría de éstas tienen que ver con la conservación del medio ambiente y la correcta utilización de los recursos. Como tema actual entonces, Contáctica Comunicaciones, empresa comprometida con el desarrollo de la región y su vocación al servicio, estará informada de las tendencias que pueden ser de utilidad para sus clientes.

Con la utilización o implementación de tendencias, no sólo se hace un aporte considerable al portafolio de Contáctica, sino también que se crea un impacto frente a la competencia y desde luego, se forja la diferencia en un contexto local y nacional, por la poca utilización de las tendencias actualmente por parte de las distintas empresas que se dedican a hacer eventos. La anterior apreciación se justifica, a partir de la difícil búsqueda en bibliografía nacional; se implementó entonces el rastro por la web, como lo veremos en el desarrollo del trabajo, como principal fuente para encontrar la información requerida y se evidencia a partir de ésta, que las tendencias encontradas son utilizadas en países de Europa y en Estados Unidos.

El interés de proponer las tendencias en eventos como parte del portafolio de Contáctica, se debe generalmente a la importancia y necesidad de ofrecer un servicio actualizado e interesante a sus clientes.

Objetivos de la práctica

Objetivo general

Documentar las tendencias para la operación de eventos corporativos, en el contexto nacional e internacional, con el propósito de nutrir al personal de Contáctica Comunicaciones, en su proceso de asesoría con los clientes, con ideas innovadoras y creativas en la planeación y ejecución de eventos.

Objetivos específicos

- ✓ Indagar los tipos de tendencias, a través de la búsqueda en múltiples fuentes, que aclaren el proceso de evolución en la ejecución de eventos corporativos.
- ✓ Identificar cuáles tendencias son aplicables al contexto local, de acuerdo con el entorno en el que se encuentra la empresa.
- ✓ Ejecutar un proceso de referenciación con otras OPC de la ciudad, que permita encontrar qué opciones innovadoras llevan a cabo en la realización de eventos.
- ✓ Fundamentar tras el análisis, los beneficios que trae para Contáctica Comunicaciones implementar tendencias que surgen a través de la indagación realizada.
- ✓ Construir un inventario de tendencias que Contáctica Comunicaciones pueda aplicar en el abordaje de un cliente actual o potencial, de manera que no sólo denote impacto, sino que se convierta en un valor agregado, que a la vez contribuya a su fidelización.

Justificaciones

Impacto científico y tecnológico

Los eventos corporativos o empresariales son en la actualidad un arma estratégica que las organizaciones deben aprovechar para lograr un fin determinado, de acuerdo con la necesidad que tenga o al elemento que quieran resaltar de ésta. Las empresas operadoras de eventos como Contáctica Comunicaciones, tienen como objetivo manifestar el alcance de los eventos, no solo al cliente potencial, sino para todos sus grupos de interés que contribuyen de manera directa o no, con el desarrollo y posicionamiento de la empresa en su contexto actual.

Para ello es de vital importancia estar a la vanguardia con las tendencias que surgen no solo a nivel nacional sino internacional, para la organización de eventos empresariales, lo cual aportaría grandes beneficios, puesto que permitiría ofrecer mayores posibilidades y opciones actuales al cliente para el desarrollo de su evento. Teniendo en cuenta que Contáctica Comunicaciones es una empresa en constante crecimiento, y que año tras año incrementa el número de eventos que organiza, es de vital importancia adjudicar a cada uno de sus clientes opciones creativas e innovadoras, como parte de la asesoría integral y personalidad que es ofrecida.

Para Contáctica Comunicaciones a la hora de ofrecer sus servicios es viable tener en cuenta la importancia de estar informados de las últimas tendencias que hay en el campo de los eventos. Con lo anterior estaría suministrando un valor agregado para aquellas empresas que quieran comunicar a través de su evento un mensaje claro, que llegue por medio de una orientación acertada y que desee innovar para llegar a sus públicos de interés para lograr un impacto y un efecto diferente.

El alcance de la investigación está encuadrado con el rol del comunicador en la organización, de acuerdo con la formación obtenida en la academia en materias como Relaciones Públicas, Comunicación Organizacional, Periodismo Corporativo y Protocolo, en las cuales se me dieron elementos necesarios para encaminar trabajos como el que deseo desarrollar. Además, corresponde al Comunicador la tarea de aportar, desde sus competencias como organizador de eventos, en la consolidación de unas orientaciones que contribuyan al fortalecimiento de la marca y el servicio de una empresa como Contáctica Comunicaciones.

Impacto social y económico

Las nuevas tendencias para eventos proporcionarían a Contáctica Comunicaciones mayor eficiencia y confiabilidad ante sus clientes, y se hace un legado a su razón social de emprender un certamen, garantizando tranquilidad y éxito en cada uno de sus proyectos.

Tener una armería de conocimientos sobre las distintas tendencias en eventos, puede transmitir al cliente un valor enorme, pues denota que detrás de esa venta como empresa, hay un talento humano investigador y creativo que se sale de los parámetros normales para ofrecer eventos, que contribuyen desde la merma del valor total del evento (tendencia E-meetings), hasta posibilidad de ayudar el planeta con un evento sostenible (tendencia eventos verdes).

El ofrecimiento de las tendencias no sólo permitiría a Contáctica Comunicaciones, posicionarse como empresa renovadora en la ciudad más innovadora del mundo, atrayendo nuevos clientes que ven a Medellín como una excelente urbe para ejecutar el evento deseado, sino también para ser competitivos frente a empresas que llevan una gran trayectoria en el campo de los eventos en el contexto nacional.

Para Contáctica comunicaciones empresa operadora de eventos, asegurar el ofrecimiento de tendencias en eventos corporativos y empresariales, amplía un reconocimiento social que favorece su desarrollo continuo como empresa en crecimiento, que desea firmemente transformar cada uno de sus procesos, haciendo ágil y estratégica la comunicación con todos sus públicos, para así obtener resultados seguros y positivos.

Marco teórico

Los eventos surgen de la necesidad de asociarse e intercambiar contenidos en un entorno determinado. “Son un hecho económico y cultural que permite un intercambio social, técnico, profesional y científico” (Lopez, 2011). Actualmente el campo de los eventos se encuentra entre los más competitivos del mercado, debido a su alta influencia en el crecimiento de la economía de los países.

Los eventos por lo general están bajo la responsabilidad de un organizador que se conoce con las siglas OPC –Operador Profesional de Certámenes-; es un término utilizado para designar a una persona o empresa que se dedica a la organización de todo tipo de eventos: congresos, simposios, ferias, reuniones, en un lugar determinado con capacidad para acoger reuniones con las características necesarias. OPC traduce del inglés Professional Congress Organizer o Professional Convention Organizer (PCO), en el idioma español se traduce generalmente OPC.

Antecedente histórico

El termino OPC surge durante la segunda mitad del siglo XX. En aquel entonces sus funciones se limitaban a la “contratación y asistencia de hospedaje, la coordinación con las salas para las sesiones de traducción simultánea, pero muy poco sabían, por ejemplo, de equipos audiovisuales, negociaciones técnicas o subcontratos” (Peña, 2004)

Con el pasar del tiempo la evolución fue notoria para el desarrollo de las OPC; se fue perfeccionando cada etapa que comprende un evento y responsabilizándose de la totalidad de

las tareas, tales como de la creación de imagen para el evento, la programación académica, envíos masivos de información, actividades sociales, entre otros.

Se establecieron además lugares apropiados para realizar los eventos de acuerdo con las características del cliente, equipando en distintas ciudades del mundo, auditorios, centros de convenciones, salones sociales y clubes. Teniendo en cuenta que las OPC eran cada vez más, se fueron agrupando en asociaciones, entre las cuales se destacan:

IAPCO: *Asociación Internacional de Organizadores Profesionales de Congresos*, establecida en 1968.

ICCA: *Asociación Internacional de Congresos y Convenciones*, creada en 1963.

MIP: *Meeting Professional International*, fundada en 1972.

SITE: *Society of Incentive and Travel Executives*, fundada en 1973.

EFCT: *European Federation of Conference Towns*, constituida en 1966.

También se dio origen y evolución de los Burós de Convenciones (Organismos que apoyan la capacitación y desarrollo del turismo de negocios). En Estados Unidos a finales del siglo XIX “éstas tuvieron un rápido aumento y uno de los objetivos planteados para cumplir con su función principal, fue precisamente la organización de eventos como parte del llamado turismo de negocio” (Maure, 2007).

En Latinoamérica este proceso fue más lento fundándose en 1969 AFIDA *Asociación de Ferias Internacionales de América* con el fin de crear redes de trabajo para los asociados, facilitando la transmisión de conocimientos en el mundo de las ferias y los congresos, para generar desarrollo en el mundo de los eventos. Otra importante asociación es COCAL:

Federación Latinoamericana de Organizadores de Congresos y Afines, se creó a mediados de 1985, “cuyos antecedentes están en el primer congreso organizado en Lima en 1980 y la Organización de Buró de Convenciones de América Latina y el Caribe que se crea en Ciudad de la Habana en 1998” (Peña, 2004).

En Colombia, exactamente en Medellín, se creó ACOPECON Asociación Colombiana de Empresas Organizadoras y Promotoras de Turismo de Convenciones y Exposiciones hace 25 años, y la cual se encarga desde entonces de impulsar las empresas dedicadas a la organización de eventos ante organismos internacionales como la Federación Latinoamericana de Organizadores de Congresos y Afines (COCAL). Su actual presidenta la Señora Sofía Aristizabal Duque es quien fundó una de las OPC pioneras en la ciudad de Medellín, Comunicaciones Efectivas, instituida hace 25 años y que en la actualidad continúa desempeñando su labor.

Estructura OPC

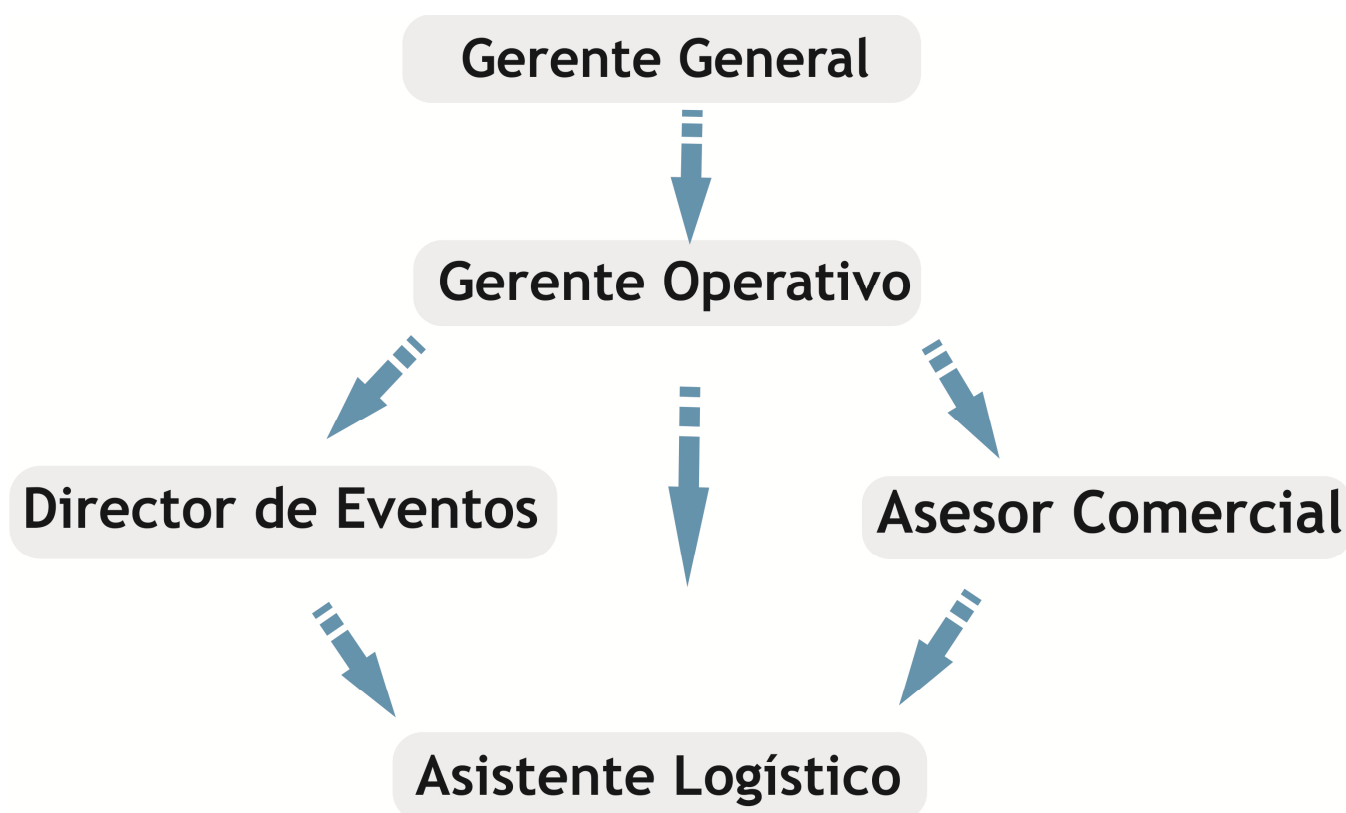
Las OPC son administradas y orientadas por una persona con capacidad para alinear, planificar, y desarrollar eventos de toda índole, siendo éste más que un consultor, un arquitecto de ideas, en función de la creatividad para conseguir un proyecto exitoso. A través de esta asesoría se permite transmitir al cliente la garantía de que cada situación concerniente al evento está siendo calculada óptimamente transfiriendo seguridad y confiabilidad. Un organizador de eventos debe desempeñarse dentro de la OPC como un transformador de ideas, teniendo en cuenta que debe llevar cada fase en el desarrollo del evento con la mayor responsabilidad posible ofreciendo al cliente, objetivos precisos de lo que desea lograrse y vendiendo su experiencia y liderazgo ante la competencia. Básicamente los profesionales que integran las OPC, son Comunicadores Sociales y Tecnólogos en Organización de Eventos.

Perfil de un organizador de eventos

“Ser un organizador profesional de congresos no es una ciencia, pero sí una profesión” Anónimo.

Según el análisis realizado tras la lectura del libro *Congresos, convenciones y reuniones* de la autora Diana Peña Guzmán y comprendiendo el valor del papel desempeñado por un organizador de eventos dentro de una OPC, las características que debe comprender un perfil sobre este profesional, suelen estar enmarcadas en la creatividad y capacidad de solucionar eventualidades en tiempo real, excelente y natural manejo de las relaciones públicas, minuciosidad, paciencia, criterio en la toma de decisiones, además de ser amable, ordenado, con capacidad para interactuar e intercambiar ideas con un equipo de trabajo; de igual manera debe estar abierto a las críticas, al error y al fracaso como parte del proceso de aprendizaje. Debe tener la habilidad para percibir cada detalle en todos los elementos tanto logísticos como económicos que intervengan en la planeación y ejecución del evento. Saber escuchar a sus clientes para transformar ideas concretas en hechos asertivos, con capacidad de mando y coordinación.

Ahora bien, si las anteriores características las debe poseer un organizador de eventos dentro de la Operadora Profesional de Certámenes, es de aclarar que en ésta hay otros perfiles profesionales, que cumplen una indispensable función dentro de la organización, que de acuerdo con la estructura organizacional, son precisos para que el desarrollo del evento lleve un adecuado manejo. Se ejemplifica en la siguiente gráfica un modelo de estructura de una OPC.

Ilustración 1 Estructura OPC

Gerente General: encargado de la dirección y orientación de la OPC, contratación de personal y administrador de la parte legal. Su cargo aunque es más administrativo, consta también de un adecuado acompañamiento de los colaboradores de la empresa.

Gerente Operativo: acompaña más de cerca todos los procesos internos de la empresa, ejecutando la orientación en cada uno de los eventos, no solamente con los ejecutivos, sino también con los clientes potenciales y ocasionales. Apoya y supervisa todos los procesos logísticos que se llevan a cabo en la organización.

Director (a) de Eventos: tiene contacto directo con cada cliente de evento a cargo. Seguimiento riguroso constante de la planeación del evento. Está encargado de responder por el correcto desarrollo de todas las tareas logísticas antes, durante y después de cada evento.

Asesor(a) Comercial: realización y estudio de propuestas comerciales de acuerdo con la necesidad de cada evento. Gestión comercial con posibles patrocinadores e interesados en vincularse comercialmente. Coordina la muestra comercial en la ejecución de cada evento.

Asistente logístico(a): apoyo constante al director de eventos en las tareas logísticas. Compra de tiquetes, bases de datos, telemarketing, reservas hoteleras y aéreas, envío masivo de correspondencia virtual y física, coordinación de transporte.

Reglamentación

A continuación se enuncian varias leyes y decretos tanto nacionales como locales que involucran las OPC como tal, como también de su aporte al desarrollo del turismo.

La ley 300 de 1996, ley general del turismo en Colombia, habla a groso modo de todo lo que abarca este importante sector en el país: zonas de desarrollo turístico, tipos de turismo y su respectiva normatividad, su promoción, incentivos tributarios por fomentar el turismo, aspectos operativos, el control y las sanciones, autoridades turísticas, establecimientos y agencias hoteleras, entre otros aspectos que definen ampliamente el sector. Se entiende por hecho entonces la importancia de los eventos como canales de desarrollo para el turismo en nuestro país, comprendiendo la magnitud de personas que vienen de otras ciudades y países a certámenes realizados en la Ciudad.

La elaboración de la Norma NTS –TS Sectorial Colombia, fue creada por el Comité Técnico de Sostenibilidad para destinos turísticos y adoptados de la Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996. En ésta se integran representantes de la industria turística y hotelera, las instituciones académicas, entes del Gobierno Nacional, usuarios y asesores. Se creó con el

fin de certificar a las organizaciones que tienen que ver con los destinos turísticos de Colombia, y que cumplan el 100% de los requisitos que ésta detalla, para recibir la Certificación de Calidad Turística.

Básicamente esta ley decreta los requerimientos de calidad que deben tener los operadores de congresos, ferias y convenciones. En esta ley se adaptan descripciones de Congresos, convenciones, dimensión, evento, feria y OPC, términos que hacen referencia a lo que contempla la ley, y que más adelante se estará mencionando nuevamente.

Claramente la ley NTS-TS establece el compromiso en la dirección de la OPC con el fin que la empresa llene las expectativas de los clientes. Sobresale en ésta, los aspectos de planeación, realización, evaluación y acciones de mejora del servicio prestado.

Planeación: la OPC debe conocer aspectos claros para el desarrollo de esta etapa mediante la investigación: tipo de evento, objetivos, sede, fecha de ejecución, sede y lugar.

Realización: la OPC debe tener en cuenta de acuerdo con la sede y a la ciudad elegida para la realización del mismo, la capacidad del lugar, conectividad, el desarrollo turístico, servicios públicos, seguridad, apoyo de entidades institucionales, públicas y privadas. Y dentro del lugar específico la OPC debe contar con todos los elementos físicos necesarios para el tipo y tamaño de evento a realizar, como pantalla, sonido, proyectores, iluminación, semáforos, impresoras, radio teléfonos, fax, conexión internet, circuito cerrado de televisión, mesas, tarimas, sillas, atriles, banderas. Equipos de montaje y desmontaje. Es muy importante mencionar que también se debe contar con un plan de emergencia por si se presenta alguna eventualidad; la locación debe contar con extintores de humo, salidas y planes de

emergencia, alarmas por incendio u otro incidente. Como parte de la planeación, la OPC se encarga además según la ley, de todo lo relacionado con el transporte y alojamiento de los participantes, y facilitará toda la información igualmente de actividades paralelas o sociales del evento.

Evaluación: se debe elaborar una evaluación donde el cliente exprese clara y libremente sus apreciaciones, dando una calificación a los ítems integrados en ésta correspondiente a cada etapa de evento.

Cada ciudad reglamenta también la realización de eventos respectivamente, de acuerdo a su tipología. En el caso de Medellín el decreto 1920 de 2007 y 1199 de 2011, describen específicamente una serie de parámetros que se deben tener en cuenta según el tipo de espectáculo como, el lugar, las entidades públicas que deben estar presentes, la publicidad y divulgación, la adecuación y apropiación del lugar-para personas discapacitadas, personas de la tercera edad- la seguridad-salidas de emergencia, plan de evacuación- entre otros, todo con el fin de prestar un espectáculo seguro y acorde a su magnitud. Todos los empresarios o entidades responsables del evento deben tener en cuenta esta normatividad, de lo contrario se atenta contra la ley y contra los asistentes.

Clasificación de eventos

De acuerdo a la norma NTS-OPC SECTORIAL 001, la tipología de eventos es bastante variada y se clasifica de la siguiente manera:

Conferencia

1) Reunión formal, oficial, al nivel más elevado de un cuerpo constitucional donde se estudian problemas de interés nacional o internacional, con el fin de solucionarlos, elaborar acuerdos, tratados y tomar decisiones.

2) Exposición de un tema particular por parte de un experto ante un auditorio, con el fin de compartir el conocimiento y la experiencia de un especialista con asistentes interesados.

Asamblea. Reunión formal, estatutaria, ordinaria o extraordinaria de los miembros pertenecientes a una misma empresa o asociación, con el fin de estudiar problemas que afecten a la empresa o asociación, tomar decisiones y aprobar cambios.

Panel. Reunión no formal en la cual dos o más conferencistas manifiestan sus puntos de vista sobre un tema determinado, con discusión entre ellos. Permite la participación de una audiencia por medio de preguntas. Se busca analizar un tema particular con la participación de expertos, con el fin de profundizar su conocimiento, buscando una participación activa de los asistentes. No necesariamente debe llegarse a un acuerdo.

Simposio. Reunión no formal en la cual dos o más conferencistas manifiestan sus puntos de vista sobre un tema determinado, sin discusión entre ellos. Permite la participación de una audiencia por medio de preguntas. Se busca analizar un tema particular con la participación de expertos, con el fin de

profundizar su conocimiento, buscando una participación activa de los asistentes. No necesariamente se llega a un acuerdo.

Foro. Reunión bastante informal en la que un grupo de personas trata un tema de interés específico. Se permite a la audiencia expresarse libremente sobre un tema específico para el enriquecimiento de su propio conocimiento.

Seminario. Reunión formal de carácter educativo, asimilable a una práctica de estudio o de perfeccionamiento. Debe ser lo más práctica posible, si el tema lo permite. El fin es impartir conocimiento o beneficiar a los participantes con la experiencia de expertos sobre un tema particular.

Reunión empresarial. Reuniones limitadas a personas de una misma entidad. Su objetivo es actualizar a los participantes sobre aspectos internos de la empresa, tratar problemas específicos y dar soluciones a los mismos.

Congreso/Convención. Reunión generalmente periódica que trata un tema de interés particular, tiene una participación abierta a todo tipo de público, requiere gran cantidad de servicios, alterna dentro de su programa actividades recreativas y turísticas, por lo general trabaja con comités y sesiones generales y su proceso de organización, desarrollo y conclusiones están destinadas a recibir gran publicidad. Su objeto incluye el permitir el intercambio y asimilación de ideas, información y conocimiento técnico entre personas que tienen los mismos intereses. El término convención es más utilizado con vocación privada, generalmente organizado por una sola empresa, con una duración mínima de dos días y al menos cincuenta participantes. Las convenciones están orientadas a la generación de negocio y lo habitual es que tan solo asistan miembros de la

empresa o empresas organizadoras. El término congreso es más utilizado por miembros de una asociación, cuerpo, organismo, profesión, etc., que se reúnen para debatir cuestiones previamente fijadas. Entre las características principales podemos destacar: la exposición y debate de múltiples ponencias, asistencia de personas con un alto nivel profesional, intereses comunes, presentaciones de nuevos avances o descubrimientos en determinadas materias, etc. Su duración es de 3 a 5 días.

Reuniones sociales. Reuniones formales o informales donde se celebran ciertos acontecimientos especiales. Generalmente requieren de excelentes servicios de alimentos y bebidas. Se organizan para celebrar convenientemente un acontecimiento especial como: nacimientos, bautizos, primeras comuniones, confirmaciones, cumpleaños, grados, fiestas en casa, navidades, bodas, velorios, etc.

Festivales. Reuniones que promueven programas o actividades relacionadas con las artes escénicas o la gastronomía. Por lo general conllevan una premiación. Tradicionalmente muestran las características de una actividad del arte o la gastronomía, con el fin de promover dicha actividad.

Eventos deportivos. Eventos de actividad física y mental que presuponen entrenamiento y competencia. Su objetivo es estimular las actividades físicas y mentales mediante la realización de prácticas y competencias deportivas.

Taller (*Workshop*). Reunión de varias personas con un programa de debate intensivo, destinado a crear destrezas, desarrollar habilidades y a solucionar problemas mediante el esfuerzo y la cooperación integral de facilitadores y

participantes. El concepto de taller se ha desarrollado para compensar los puntos de vista divergentes en una disciplina o en un tema en particular. Incorpora a los elementos que caracterizan al seminario el aspecto práctico. También se conoció esta técnica como seminario de trabajo, término ya en desuso.

Esta técnica es muy recomendada en programas de entrenamiento, ya que permite aprender – haciendo sobre un tópico específico. También se usa mucho entre grupos de profesionales que se reúnen en una mesa de trabajo, bajo la conducción de un facilitador y con el apoyo de un secretario y de un asesor, con el propósito de mejorar su eficacia en disciplinas específicas o en procedimientos interdisciplinarios que contribuyen a la solución de un problema: Promedio de dos días.

Curso. En los centros docentes, tiempo señalado en cada año para asistir a oír las lecciones. Serie de lecciones que forman la enseñanza de una materia. Tratado especial. Pueden preverse, antes (pre), durante o después (post), de un evento. Generalmente aparecen como parte del programa profesional de un congreso. La materia que se aborde en el curso debe corresponderse con las temáticas del evento.

Convención. Ejercen fuerte influencia en el turismo de convenciones por el volumen e importancia de sus operaciones, también sobre las relaciones internacionales, ya que en ellas se abordan problemas de la producción, ventas y mercados. Frecuentemente se usan para exponer en ella los nuevos productos y/o servicios de una empresa.

Debate. Es un evento en el que dos o más partes discuten sobre aspectos controvertibles en el que al final se sostienen soluciones parciales o totalmente diferentes.

Encuentro. Evento que consiste en permitir que personas con algo en común, que ocurrió en algún momento del pasado, no cercano, se encuentren para celebrar este acontecimiento.

Charla: Explicación de un experto sobre un tema o tópico que domina, el cual explica de una manera informal, exenta de solemnidad. El tiempo no debe ser mayor de una hora.

Premiación. Ocasión en que una entidad o firma otorga públicamente distinciones a ganadores o reconocimientos significativos a personas por razones de concurso, mérito, o resultados. Suele caracterizarse por una actividad solemne y posteriormente un festejo de agasajo a los premiados. Participan eminentemente los medios de comunicación.

Rueda de prensa. Modalidad de entrevista en la que un personaje de actualidad convoca a varios periodistas para dar a conocer un hecho y someterse a preguntas de los informadores. Es un evento convocado por una organización o un personaje para informar a la opinión pública a través de los periódicos y sus medios, aspectos trascendentales de interés general.

Conferencia de prensa. Reunión de periodistas especializados con un personaje, quien convoca a los informadores, realiza una exposición del tema y se somete a las preguntas sobre lo expuesto. Puede ser un comunicado oficial que se facilita a los periodistas convocados. Tanto las ruedas como las conferencias de

prensa se emplean generalmente en situaciones de crisis, fusiones de compañías o adquisiciones, o para dar a conocer miembros nuevos de la organización, programas, lanzamientos, etc.”(Instituto Colombiano de Normas Técnicas Y certificación, 2009)

Los eventos y el turismo

Las OPC (Operadoras Profesionales de Certámenes) son una industria que promueve según el *Cluster Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones de Medellín*, un 14% anual el mejoramiento de la productividad en la Ciudad, que fundamenta la idea de ver a Medellín como destino de negocios y la más innovadora del mundo.

Son precisamente las Operadoras de Eventos las que a través de los Congresos o ferias internacionales promueven el intercambio comercial/empresarial de las personas que ven los eventos como una alternativa para crear y fomentar lazos de interacción de negocios. En la actualidad el mercado más competitivo en los eventos es el europeo como lo reporta la Federación Europea de Ciudades de Congresos, realizando allí el 60% de los eventos mundiales, con París en la cabeza de las ciudades receptoras, mientras que Latinoamérica es la cuarta región en el ranking mundial de las reuniones internacionales realizadas anualmente.

Colombia, de la mano con las distintas entidades que promueven el turismo a nivel nacional, ha sido sede de importantes eventos internacionales, de sectores económicos, académicos, políticos y artísticos. En Cartagena de Indias se han llevado a cabo importantes encuentros como la Asamblea del WEC (World Energy Council) a la cual asisten empresarios, ministros, autoridades y expertos en el tema de hidrocarburos y energías

renovables. En Armenia, se realizará en 2014 el Encuentro Mundial de la Ciencia del Café, que reúne a los más destacados científicos y estudiosos de ese producto. La capital del país, Bogotá, recibirá también en 2014 la novena conferencia internacional de Design&Emotion, la cual reúne personalidades mundiales en el campo del diseño. Medellín será núcleo en 2015 del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), y en 2014 será la sede del Foro Mundial Urbano. Lo anterior ilustra claramente cómo Colombia integra eventos de importancia mundial en las principales ciudades.

De acuerdo con Proexport, “Colombia se viene consolidando en los últimos años como uno de los principales escenarios para la realización de eventos en América Latina. Mientras que en 2008, las reuniones o congresos celebrados en el país llegaban a 73 y un año más tarde alcanzaban los 93, entre 2010 y 2011 esas cifras crecieron hasta 105 y 113 por ciento respectivamente”(Proexport, 2012). Lo que reafirma que esta actividad es un buen negocio que trae grandes beneficios a la economía del país.

En este orden de ideas, es preciso aclarar que en Medellín hoy se trabaja arduamente para conseguir que sea precisamente esta Ciudad el epicentro de los grandes eventos del país y que sean las firmas operadoras locales las que estén a cargo de estos congresos o ferias. Instituciones nacionales como el *Cluster Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones de Medellín, Medellín Convention & Visitors Bureau*, están dedicadas a promover y desarrollar el turismo a través de la promoción e impulso de las ferias. A esta última entidad se agremian agencias de viajes, aerolíneas, recintos para eventos, centros comerciales, hoteles, museos, clubes, clínicas, operadoras de eventos, entre otros.

Localmente las OPC se han ido constituyendo poco a poco impulsando la creación de nuevos empleos y haciendo más competitivo el mercado. Empresas como Comunicaciones Efectivas, Aliar Comunicaciones, Eventos Perfectos, Contactos, por mencionar solo algunas, hacen parte de la competencia de Contáctica Comunicaciones la cual fue fundada hace 9 años por la Comunicadora Social-Periodista Ángela Orozco Giraldo, quien a través de su formación en la Universidad de La Sabana de Bogotá, decidió instalar en la Ciudad de Medellín una empresa que garantice la tranquilidad y el éxito en cada uno de sus proyectos, mediante la asesoría, planificación, buen manejo de las relaciones públicas y excelente servicio al cliente, característica diferenciadora.

Ahora bien, luego de contextualizar un poco el entorno de los eventos, es importante concretar a través de la búsqueda cuáles son las tendencias en eventos, con el fin aportar ideas creativas e innovadoras al portafolio Contáctica Comunicaciones.

Metodología

Como metodología del presente trabajo se obtendrá información directa y la consecución de la misma a través de otras empresas del sector, con las cuales se logrará recabar información sobre las tendencias en eventos y poder aportar un insumo al portafolio de servicios de Contáctica Comunicaciones.

Se integrará información mediante la indagación de referentes, políticas y orientaciones sobre el tema desarrollado, en bibliografía y cibergrafía con el fin de conocer el entorno nacional e internacional en cuestión de tendencias que puedan ser de utilidad para Contáctica Comunicaciones, no sólo para su desarrollo como OPC competitiva en la ciudad de Medellín, sino también a nivel nacional, ya que hace presencia realizando eventos en ciudades como Cartagena, Barranquilla, Manizales, Armenia, Cali, Pasto, Cúcuta, Neiva, Bogotá.

Se buscará alcanzar la información necesaria por medio de la entrevista, instrumento por el cual se da la comunicación directa con expertos en el tema, tales como Gerentes de las distintas OPC de la ciudad, que mediante su experiencia en el ámbito local, expondrán a través de su práctica, la implementación de tendencias que puedan ser abordadas por Contáctica Comunicaciones como herramienta de competitividad.

La entrevista como mecanismo de indagación de información, será también el instrumento utilizado con las entidades que impulsan el desarrollo del turismo por medio de los eventos en la Ciudad, tales como *Cluster Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones de Medellín, Medellín Convencion&Visitors Bureau.*

Finalmente y partir de la información recolectada se creará un documento con las tendencias en eventos que puede ser de utilidad para la relación de Contáctica Comunicaciones y sus clientes.

Resultados

Descripción del proceso

De acuerdo con los objetivos y a la metodología que se planearon desde el inicio del trabajo, se define realizar una encuesta a los gerentes de las OPC más representativas de la Ciudad, en las que se encuentra, Comunicaciones Efectivas, Ideas Lúcidas, Aliar Comunicaciones, Quinta Generación, Marketing de Ideas, Prisma, entre otros. Se pretendía llevar a cabo un cuestionario en el cual se evidencia el interés por consultar cuáles son las tendencias que utilizan para sus eventos, siendo las empresas más distintivas de la Ciudad.

Se realizó entonces, un seguimiento a los gerentes de las empresas anteriormente mencionadas, por medio de correo electrónico y llamadas, para concretar las citas y desarrollar el cuestionario de preguntas propuesto y enviado con antelación a sus correos electrónicos. Infortunadamente nunca se obtuvo una respuesta positiva por parte de ninguna de estas personas. Algunos de ellos hicieron énfasis en que responder las preguntas del cuestionario podría comprometer información confidencial de la empresa, por lo tanto la metodología de trabajo planteada no se llevó a cabo tal y como se había planteado.

Bajo esta limitante se da un redireccionamiento al trabajo con el fin de darle respuesta a los objetivos planteados, buscando un plan B que permitiera dar solución a la dificultad que se presentaba.

Replanteamiento

Con base al inconveniente que se enunció, se concreta dar una nueva orientación al trabajo que permita darle repuesta a los objetivos que enmarcan la exploración. Mediante búsqueda en netgrafia, trabajo de indagación distintos certámenes, se busca consignar información útil para el portafolio de Contáctica Comunicaciones.

En virtud de lo anterior, se plantea un procedimiento metodológico para conocer distintas tendencias utilizadas en la actualidad, tanto en Colombia como es países extranjeros.

Para una mejor descripción del nuevo redireccionamiento, los resultados del presente trabajo se estructuran en dos apartados: en el primero se atiende una búsqueda en la web, en la que se integra un contexto internacional, para integrar las tendencias utilizadas actualmente que permita entonces darle respuesta al sustento del estudio.

En la segunda parte se presenta a manera de estudio de caso la experiencia e identificación de las tendencias a través del análisis de eventos de gran importancia, realizados en el País. De esta forma, podemos considerar que se encuentra una serie de información que ayuda sustancialmente a hacer el aporte para el portafolio de Contáctica Comunicaciones, de manera que cuando se tenga una negociación con un cliente pueda ofrecer distintas opciones para realizar el evento.

Primera Fase – principios teóricos basados en la web

A continuación se enumera los tipos de tendencias encontradas a partir de la búsqueda en la web, la cual evidencia las tendencias utilizadas en eventos internacionales y que puedan ser aplicadas en el entorno actual de Contáctica Comunicaciones.

Eventos Neutros

Son aquellos eventos en los que se mide la huella de carbono derivada por hacer tal encuentro y donde se trata de mitigar de alguna manera esta huella. A partir de su utilización la innovación y diferenciación que se le da al evento son notorias. Cuando se implementan estas medidas se llama también la atención de hoteles, centros de convenciones y lugares para eventos, ya que cuando lo ponen en práctica favorecen la relación directa con la naturaleza y el impacto para con ella resultado de las reuniones o eventos.

Eventos Verdes

“Los temas medioambientales que cada vez cobran más atención en todo el mundo no son ajenos a la industria de las reuniones. El calentamiento global las fuentes de energía y el reciclaje de residuos, requieren mayor atención al constatarse las distorsiones que sus efectos producen en la atmosfera” es por esto que los eventos verdes además de ser neutros, adoptan una acción compensatoria por el impacto, implementan antes, durante y después del evento, buenas prácticas medioambientales donde se compensa el daño ecológico. El reciclaje, el ahorro de energía, la reutilización de los residuos, y el buen manejo de los recursos, son características

esenciales de esta tendencia que en la actualidad es manejada por las grandes empresas interesadas en disminuir el impacto que ocasionan los eventos.

Eventos Sostenibles

Son certámenes verdes que en pre y post evento buscan ser sustentables en todas las acciones que realicen. Se tiene en cuenta la accesibilidad para los asistentes, inclusive para los que tienen alguna limitación física o motriz. Se caracterizan por querer alcanzar una sociedad sustentable en todo el sentido. Resalta la concientización de quienes presiden el evento manteniéndose al día con las diferentes técnicas y prácticas que facilitan un desempeño sostenible. Es importante aclarar, que los asistentes, conferenciantes y programadores también hacen parte de esta concientización por sustentar los eventos. José Luis Morán, director de Producciones Sostenibles, afirma en el blog Ephymera que “Las empresas que deseen realizar un evento sostenible sólo necesitan el convencimiento de que hay que hacerlo y cierta sensibilidad por el medio ambiente”.

Algunos eventos sostenibles son por ejemplo *Rock in Rio*, *MTV Winter*, *SOS 4.8*.

Eventos Híbridos

Según la página web Convention & Visitors Bureaus de Latinoamérica, la realización de los eventos está entre las actividades que más residuos producen, es por esto que en la actualidad la conservación del medio ambiente juega un papel importante en la sociedad y desde diferentes

campos, se busca su preservación. Los eventos híbridos comprenden “una parte presencial, pero también proporciona un componente virtual. El trabajo de tú a tú sigue siendo indispensable, pero el aspecto virtual adquiere una fuerte relevancia que aún debe ser estructurada de forma que además de rápido y económico pueda potenciar una perdurabilidad” (Bogotacb, 2012). Ahora bien, es de aclarar que nada podrá superar las reuniones presenciales donde las emociones y el compartir son la base de los encuentros. Según la Revista Electrónica Protocolo.com en su edición del mes de agosto de 2013, afirma que los eventos híbridos serán parte de los European Best Event Awards, premios dirigidos a los mejores eventos de cada año. En 2013 en la octava edición de este certamen, se premiará el mejor evento híbrido del continente europeo, lo que hace notar la utilización de esta tendencia para hacer grandes eventos.

“Otro rasgo destacable, es que a diferencia de los eventos presenciales, los eventos híbridos no están sujetos a las limitaciones de tiempo y espacio por lo que ofrecen posibilidades de difusión y de marketing infinitamente mayores que un evento meramente presencial, sin embargo “hoy por hoy no son rentables” (Garriga, 2013).

Eventos de responsabilidad social corporativa

Según el blog “Ephymera, Sostenibilidad sobre eventos sostenibles”, esta tendencia cobró auge en 2011 y 2012 y en 2013 sigue siendo utilizada por las grandes empresas que a través de los eventos realizados en pro de la responsabilidad social empresarial, pretenden dejar un legado. Pintar escuelas o colegios, hacer comedores comunitarios, ayudar a comunidades de marginadas, son los por qué de este tipo de eventos. Los festivales o eventos de ocio, acogen esta tendencia

con frecuencia; distintos artistas se unen para mostrar un espectáculo ante cierto público y con lo recaudado hacer este tipo de obras sociales.

Catering Sostenible

No es oculto para nadie que para producir la comida de los eventos se necesitan numerosos recursos, que va desde la misma cultivación o producción de los distintos alimentos, hasta la transportación y preparación de los mismos en el lugar del evento. Pocos son los que se preocupan por el impacto que esto ocasiona y más cuando en los eventos se desperdicia o sobra comida que simplemente al finalizar el evento se tira. Lo que se bota puede ser realmente poco, pero si sumamos todos los residuos de todo un año esta cifra a lo mejor será aterradora. El problema entonces no es solo ambiental sino también de recursos mal empleados en el evento. Precisamente el Catering Sostenible, trata de contrarrestar el impacto que se ocasiona con lo ya mencionado. Una buena planificación, ajustar la comida al número de asistentes de una forma más coherente, aumentar los consumos en tiempo real si es así necesario, son una buena elección para evitar que sobra comida. La otra opción si la sobra es grande, es repetirla entre los asistentes o empleados del evento, si el cliente así lo permite claro está. Se comprende entonces que el catering sostenible, no es solo una buena opción para disminuir consumos en el evento, sino también que ayuda a contrarrestar el impacto ambiental.

Eventos Virtuales

Los eventos o ferias virtuales son los que se llevan a cabo a través de la web, en el cual un conferenciante desde cualquier lugar del mundo por medio de una plataforma especializada, da su conferencia a distintos asistentes por medio de sus computadoras sin importar el lugar en donde se encuentren. Las ferias o eventos virtuales, llaman la atención por sus bajos costos, ya que se evita el desplazamiento de las personas hasta un lugar determinado, se evita entonces pagar por la sede del evento, alojamientos, alimentación consumos turísticos, entre otros. Permite localizar a clientes y asistentes potenciales rápidamente; descargar documentos e información importante en tiempo real para intercambiar e interactuar contenidos en cuestión de segundos, y desde luego multiplica la difusión y la asistencia al evento. Gracias a las TIC y a las diversas herramientas de la comunicación, en este tipo de eventos facilitan la creación y la relación de negocios de forma rápida, eficaz y con bajos costos.

Tendencia Tecnológica

Esta puede ser quizá la tendencia con más alta relevancia en la actualidad, por el fácil acceso a las herramientas que ofrece la web. Estas aplicaciones suelen ser rápidas en su implementación y a un bajo costo, muy bajo costo. No sólo a través de una computadora un organizador de eventos puede planificarlos, sino también a la hora de ejecutar el mismo, las nuevas tecnologías proporcionan aplicaciones y herramientas que ayudan de forma notoria a hacer un evento interactivo y lleno de cosas nuevas.

Los Smartphone o teléfonos inteligentes, las tabletas y demás artículos con tecnología de punta, son elementos de gran ayuda en el pre y post evento, ya que es un apoyo para el organizador que puede a través de éstos, interactuar de forma directa con los asistentes.

Ahora bien, a continuación se enumeran una serie de tendencias diseñadas por el conferencista internacional Corbin Ball, quien a través de su ponencia en el evento “Tendencias Tecnológicas” organizado por Proexport Colombia el pasado mes, enseña cómo la tecnología es un aliado estratégico del organizador o planificador de eventos. Contáctica Comunicaciones, consciente de la importancia de actualizarse y contribuir como OPC en el desarrollo de este proyecto de grado, facilitó los medios para que en calidad de practicante se pudiera hacer presencia en dicho evento académico.

1. Web 2.0 (la web participativa) va a cambiar la industria de eventos de varias maneras aparentemente sutiles, pero con un impacto profundo en general:

- Wikis (páginas web interactivas de colaboración), como hojas de cálculo de Google (spreadsheets.google.com) puede seguir los detalles de gestión de eventos en un documento común, visibles y utilizables por los equipos de planificación de eventos dispersos geográficamente (incluyendo proveedores).

- Estándares APEX habilitadas por la arquitectura de servicios web 2.0 Web ayudarán a los planificadores y proveedores se pueden comunicar electrónicamente en la misma página.

- Los Marketing de eventos tendrán la capacidad de comercializar bajo costo para audiencias específicas utilizando los blogs de audio / vídeo (diarios en línea) y RSS.

- Los Gestores de contenidos de los eventos hacen regularmente esta pregunta: ¿Qué quieren los asistentes? Productos Web 2.0 dará una forma más

fácil y más rica para preguntarles. Los medios sociales le permitirá esta conversación con el público. Los asistentes a la reunión tendrán la oportunidad de calificar y conocer el contenido. Por ejemplo, podrían votar en la elección de los oradores, actividades y otros detalles del evento.

- Los organizadores pueden gestionar un sitio web donde los asistentes pudieron comentar, hacer preguntas, se hace una panorámica del altavoz de las presentaciones anteriores, y mucho más.

- Los Wikis pueden ser utilizados por los oradores para cargar resúmenes, biografías, fotos, podcasts, videoclips, feeds RSS para sus blogs, diapositivas de PowerPoint y más.

- Blogs y encuestas en línea / móvil proporciona a los asistentes información para votar por ejemplo durante el evento en lugar de esperar a que las encuestas sean contadas después.

- El software social, redes de negocios y rondas de negocios son ejemplos de participación 2.0.

- Las comunidades de profesionales del sector están utilizando foros interactivos en línea que ayudan a compartir información. Aunque éstos han existido por años, las nuevas versiones como <http://groups.google.com/group/MiForum> son más fáciles de usar.

- Los hoteles y otros proveedores de la industria podrían ser clasificados y clasificadas por los planificadores.

•Las reuniones virtuales y las herramientas de colaboración digital proporcionan plataformas de encuentro alternativo sustituyendo las reuniones cara a cara en algunas situaciones.

2. La conexión inalámbrica a Internet de banda ancha se está convirtiendo en algo indispensable en todas partes. Los organizadores de eventos, expositores y visitantes son viajeros de negocios por lo tanto es una herramienta necesaria en todos los eventos.

3. Con la banda ancha inalámbrica se permite navegar desde teléfonos móviles y otros dispositivos portátiles que tendrán encuentro directo con aplicaciones de viaje. Log-On (www.log-on.nl) utilizada en teléfonos móviles puede ofrecer una serie de aplicaciones para los asistentes, incluyendo: la agenda de la conferencia, los directorios de productos de exhibición, información de eventos y encuestas, SMS a la audiencia de votación, los anuncios del grupo, capacidades de red, información de viajes y mucho más. FoneKey (www.fonekey.net) permite a los viajeros utilizar los teléfonos móviles para reservar su Hotel in / out y que la llave de la habitación esté con un código en su teléfono móvil (evitando la recepción del todo).

4. VoIP (Voz sobre Protocolo de Internet - <http://en.wikipedia.org/wiki/Voip>) - uso de Internet para hacer llamadas telefónicas en todo el mundo a un bajo costo o sin costo, ayuda a los viajeros de

negocios y reuniones profesionales. Llamada VoIP puede ser más fácilmente vinculado con la gestión de datos y sistemas de gestión de relaciones con los clientes para servir mejor a sus necesidades. Usted será capaz de enviar y recibir llamadas de VoIP en su teléfono móvil y el ordenador portátil será capaz de emular y servir como su teléfono de la oficina en la carretera (con todas las características de teléfono de la oficina), simplemente mediante la conexión a una red de banda ancha.

5. Reservas online de espacios para reuniones y viajes de grupo seguirán evolucionando, especialmente para pequeñas reuniones de empresa. Las ofertas de las principales cadenas hoteleras, impulsarán la contratación de nuevos niveles, acelerará el tiempo de reserva y reducirá los costos.

6. A pesar de que las reuniones cara a cara seguirán siendo vital como medio de educación, la creación de redes y la construcción de relaciones en reuniones virtuales son cada vez más usuales. La web arroja cada vez más herramientas en los dispositivos móviles a través de podcasts de video, conferencias web (eventos interactivos en línea de colaboración), y servicio de videoconferencia avanzada sirven para conectar a las personas a un bajo costo, independientemente de su ubicación física. Estos "encuentros" tendrán que ser cuidadosamente planeados, pues no se trata simplemente de una versión en línea de un evento cara a cara. En general, son ideales para el (30 minutos o menos), conciso intercambio de información y la capacitación a corto tiempo.

7. Meetings la tecnología seguirá siendo más barata y más fácil de usar.

Esta tendencia en programación de software se debe a los continuos avances en los servicios web y la tecnología de código abierto . Esto hace que sea más fácil, más barato y más rápido para crear, distribuir y utilizar la tecnología y para ayudar obviamente en la planificación de reuniones. Hay cientos de opciones, como [freemium](#), que es de bajo costo, y proporciona una mayor flexibilidad para los planificadores. Otros ejemplos son la nueva ContantContact [registro de eventos en línea](#) a partir de \$ 20 al mes, que no es otra cosa que el registro en línea.

Vivimos en tiempos interesantes. Estos desarrollos tecnológicos son sólo algunos en la revolución digital que ayudará a los profesionales de reuniones trabajar más rápido, mejor y más barato mientras que ayuda a personalizar las interacciones entre planificadores, proveedores y asistentes” (Corbin, 2007).

Segunda Fase – análisis de resultados basados en la observación.

Como se menciona en la descripción del proceso para la búsqueda de resultados, se analiza a continuación como segunda fase, una serie de fotografías de eventos, que tienen una importancia significativa en el contexto nacional, ya que existe la intención de complementar esta investigación que es sin duda un insumo significativo para el portafolio de Contáctica. Es importante entonces destacar que se analiza el escenario, las condiciones y características de lo que se observa en las fotografías, para esto es importante llevar a cabo el procedimiento por medio de la observación y el registro adecuado de ésta.

Ilustración 2 Almuerzo Embajador de Estados Unidos, Plaza Mayor.



Fuente: Obtenida por medio de Luisa Pulgarín

Análisis: en esta fotografía se puede observar como la tendencia de las reuniones tipo almuerzo son tomadas en cuenta para reuniones con personalidades importantes del mundo político. Es una buena opción para provechar este momento del día en el cual se puede tomar un almuerzo no muy cargado, fácil de comer y en el cual se pueda prestar atención al conferenciante. El adecuado manejo y buen aprovechamiento del espacio, proporcionan entonces un buen ambiente para almorzar mientras se recibe información importante por parte de quien preside tal almuerzo. Este tipo de reuniones tal y como lo muestra la fotografía, lleva a cabo el protocolo adecuado, sin tener que dejar de omitir ni un solo detalle, por el hecho de ser un almuerzo.

Ilustración 3 Almuerzo - Visita Reyes de España, Medellín



Fuente: Fuente: Obtenida por medio de Luisa Pulgarín

Análisis: se consolida en esta fotografía que las reuniones o eventos con personalidades internacionales, son ahora realizadas en su mayoría bajo la tendencia de almuerzos de trabajo. Puede decirse que la mayoría de reuniones o negocios terminan en una mesa, por lo cual esta opción es altamente utilizada, porque al mismo tiempo que se habla de negocios o asuntos importantes o negocios en un lugar ameno y tranquilo puede compartirse un buen almuerzo.

Ilustración 4 Sala lounge Evento.



Fuente: Obtenida por medio de Luisa Pulgarín

Análisis: se observa como las salitas tipo lounge son ideales para eventos, en los que se quiere dar al asistente un espacio semi-formal entorno al certamen. El concepto es sencillo, equipado con mobiliario especial que va entorno también al concepto general de estilo del encuentro. La idea es que los asistentes tengan un espacio ideal en el certamen para trabajar o simplemente compartir con sus colegas fuera de las actividades relacionadas con la temática del evento.

Ilustración 5 Foro E Medellín 2008.

Fuente: Obtenida por medio de Luisa Pulgarín.

Análisis: en la fotografía se observa una tendencia sencilla, la cual con un toque de informalidad y sobriedad se lleva a cabo para conferencias centrales. El escenario principal por las características que lo comprenden, hace ver a los expositores como los totales protagonistas del encuentro, al estar éstos en un punto sobresaliente a los asistentes. Comúnmente vemos al expositor en una tarima al frente del escenario, en esta fotografía se observa la innovación, disponiendo a estas dos personas en una tarima alta, en la cual los asistentes pueden observarlos desde todos los puntos del salón o auditorio. La iluminación también da importancia a los expositores, haciendo que sólo ellos se vean en el escenario, enfocándolos de forma directa.

Ilustración 6 III Foro Base Internacional del BID.



Fuente: Obtenida por medio de Luisa Pulgarín.

Análisis: en reuniones o encuentros de alta categoría como es el Foro Internacional del Banco Interamericano de Desarrollo, se observa como las mesas principales o de honor, son ahora reemplazadas también por salitas informales y cómodas siguiendo de igual forma las precedencias, en las que los conferenciantes pueden hablar de un tema determinado sin que el evento pierda categoría alguna, por lo contrario el toque de innovación hace ver el espacio agradable a cualquier vista. Se puede definir también como la utilización de este tipo de espacios, toma prestigio en reuniones de alta categoría internacional.

Conclusiones

- A pesar de los inconvenientes para lograr obtener un resultado de la presente investigación, según el planteamiento inicial se puede evidenciar cómo a través de un nuevo redireccionamiento como plan emergente a la limitación, se obtienen resultados significativos aptos para el portafolio de Contáctica Comunicaciones.

- Las tendencias encontradas a partir de la búsqueda son totalmente aplicables al contexto actual de Contáctica Comunicaciones. Son tendencias que puede ser de interés de cualquier cliente que desee hacer su evento basado en una temática especial, y que Contáctica a través de ese conocimiento previo puede ofrecer tal servicio.

- Para Contáctica Comunicaciones, es de real importancia estar a la vanguardia de las nuevas tendencias para eventos, ya que se da al cliente un contenido actual, donde se eleva el valor agregado de los posibles eventos a realizar, lo cual evidencia un servicio integral.

- Las tendencias en eventos no son comúnmente utilizadas en el ámbito local, por lo cual sin duda alguna, es un elemento agregado al portafolio de Contáctica Comunicaciones, que en comparación con las demás OPC de la Ciudad, está proporcionando opciones nuevas y actuales para hacer eventos con alternativas diferentes.

- Se puede concluir también de que a pesar de no obtener respuesta positiva a la metodología planteada desde el principio del trabajo, se logra obtener un buen resultado que lleva a encontrar esas tendencias que serán parte del portafolio de Contáctica Comunicaciones.

Recomendaciones

- Se propone capacitar a todo el equipo de trabajo de Contáctica sobre la importancia del uso de las tendencias de eventos, con el fin de que cada integrante se apropie del tema, se actualice y pueda estar a la vanguardia de lo último en eventos, siendo éstos la razón de ser de la empresa.
- Se debe analizar desde las directivas de Contáctica, la viabilidad económica que tiene implementar las tendencias recolectadas a partir de la búsqueda, siendo éstas algo novedoso en los servicios que Contáctica ofrecerá a sus clientes.
- Dar a conocer a los stakeholders de Contáctica la importancia de estar al tanto, implementar e instruirse sobre las tendencias en eventos, con el objetivo de que ellos se sientan motivados a unirse, participar y seguir experimentando con la empresa los diferentes avances que se pueden sugerir a través de los eventos.
- De acuerdo a la poca aplicación de las tendencias en eventos en la Ciudad, Contáctica tendrá un valor diferenciador frente a su competencia local, por lo tanto se recomienda seguir instruyéndose en el tema, incursionando e innovando para siempre ofrecer un servicio actualizado.

Referencias

AKTIVA. (2011). Nuevas tendencias en la organización de eventos. Recuperado de <http://www.maricarmenobregon.com/efecto-wow-las-6-tendencias-top-para-eventos-2013/>.

Antonio. (2013). Organización de eventos, nuevas tendencias para el 2013. Recuperado de <http://organizaciondeeventosdotorg.wordpress.com/2013/01/25/organizacion-de-eventos-nuevas-tendencias-en-2013/>.

Bogotacb. (2010). Eventos verdes. Recuperado de <http://www.bogotacb.com/encuentro/images/ponencias/eventos-verdes.pdf>.

Corbin, Ball. (2007). Doce tendencias tecnológicas en las reuniones y los eventos del mercado. Recuperado de http://www.corbinball.com/articles_future/index.cfm?fuseaction=cor_av&artID=4156.

Ephymera Sostenibilidad. (2013). Las 5 tendencias en eventos sostenibles para 2013. Recuperado de <http://ephymerasostenibilidad.blogspot.com.es/2013/01/las-5-tendencias-en-eventos-sostenibles.html>.

Eventos Plus. (2012). Tendencias en eventos corporativos. Recuperado de <http://www.zonaeventos.com/zonaeventos/informacion/articulos.php?n=77>.

Event Planner Spain. (2013). Agencias organizadoras de eventos en España. Recuperado de <http://www.eventplannerspain.com/agencias-de-organizaci%C3%B3n-eventos-Espa%C3%B1a/23/organizaci%C3%B3n-profesional-congresos-opc>.

Garriga, Rosa. (2013). Eventos, congresos y ferias. Recuperado de <http://www.revistaprotocolo.es/eventos-congresos-y-ferias.html>.

Instituto Colombiano de Normas Técnicas Y certificación. (2009) Operación de congresos, ferias y convenciones. Requisitos de servicio. Bogotá: ICONTEC, 2009. (NTS-OPC Sectorial 001).

Investopedia. (2009). Tips For Boosting Your Business. Recuperado de <http://www.investopedia.com/articles/financialcareers/08/boost-business.asp?viewed=1>.

López Parra, María E, (2011). Estudio de mercado para determinar la factibilidad de un centro social de eventos y reuniones en villa Juárez, sonora. *Revista el Buzón de Pacioli*, Número especial 74.

Maure, Guadalupe. (2007) *Definiciones y tendencias del turismo en eventos*. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>.

MCI Live. (2012). *Diez tendencias en la industria de los eventos*. Recuperado de <http://live.mci-group.com/#/2012/07/25/diez-tendencias-en-la-industria-de-los-eventos/>.

Obregon, M.C. (2013). Las 6 tendencias TOP para eventos. Recuperado de <http://www.maricarmenobregon.com/efecto-wow-las-6-tendencias-top-para-eventos-2013/>.

Palomares, J.M. (2012). 8 Tendencias eventos. Recuperado de <http://www.slideshare.net/josemariapalomares/8-tendencias-eventos>.

Peña Guzmán, Diana. (2004). *Congresos convenciones y reuniones, organización y operación de eventos especiales*. Ciudad de México: Trillas.

Proexport, (2012). Colombia logra captar eventos internacionales. Recuperado de <http://www.proexport.com.co/noticias/colombia-logra-captar-siete-eventos-internacionales-para-2014-y-2015>.

Sahis, E. (2010). E-meeting y evento sostenible, nuevas tendencias presentadas en el congreso EMEC. Recuperado de <http://www.mundoferial.com/e-meeting-y-evento-sostenible-nuevas-tendencias-presentadas-en-el-congreso-emec/>.

Valencia López, M. (2013). Eventos 3.0 emociones exitosas. Recuperado de <http://www.slideshare.net/josemariapalomares/8-tendencias-eventos>.