

MANUAL DE POLÍTICAS Y FUNCIONES
DE LA OPERADORA PROFESIONAL DE CERTÁMENES LASALLISTA

LEIDY TATIANA SÁNCHEZ OCAMPO

UNIVERSITARIA LASALLISTA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
CALDAS-
2012

MANUAL DE POLÍTICAS Y FUNCIONES
DE LA OPERADORA PROFESIONAL DE CERTÁMENES LASALLISTA

LEIDY TATIANA SÁNCHEZ OCAMPO

Trabajo de grado para optar el título de Comunicadora y Periodista

Asesora
LUISA FERNANDA PULGARÍN RESTREPO
Especialista en Alta Gerencia

CORPORACION UNIVERSITARIA LASALLISTA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
CALDAS
2012

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Caldas, 27 de enero 2012

DEDICATORIA

Mi trabajo de grado se lo dedico en primer lugar, a mi ángel, a ti Aura Concepción Jaramillo. Hoy no estás conmigo por circunstancias del destino, pero Dios se acordó de ti y por ello le doy gracias. Y aunque yo sé que ahora no estás: te siento en cada instante de mi vida. Le entregaste a mi corazón sabiduría, un día en aquel sueño me devolviste: alegría, felicidad y amor, en una sola palabra, Anahy, el nombre que te encantaba, si ella no existiera nuestro mundo aún seguiría deteriorado.

A mi abuelo "Willi", pureza, amor - No sabría cómo definir a este hombre, se ha quitado su pan de la boca en tiempos donde la escasez abundaba, nos dió amor sin recibir nada a cambio cuando aún no tenemos su propia sangre, GRATITUD INFINITA-YO TE AMO Y TE GANASTE MI CORAZÓN. Me siento orgullosa de tener el mejor abuelo del mundo. Dios me regaló una familia ejemplar, la cual me formó llena de valores e hicieron de mí lo que hoy en día soy, una mujer responsable y buena madre. Mi padre, el cual en un principio no creyó en mis sueños y buen criterio de elección, sin importarle nada me brindo todo su apoyo, moral, físico y económico; para que yo lograr ser la profesional que él nunca fue. Aposto todo lo que tenía, hoy este es el fruto que se recoge después de tanto esfuerzos. A mi madre Fanary, porque gracias a sus regaños y esfuerzos me ayudo a salir adelante, a ser la mujer pujante, alegre y responsable que soy, a mis dos Hermanos Cristian y Mateo, creo que soy su espejo a seguir, su paño de lágrimas, su cómplice total, se que somos los mejores hermanos del mundo, lo confieso-no sé qué sería de mi vida sin ustedes.

Hoy a mis 22 años, estoy casada, llena de vida; con un esposo que me ama, mi perra "Kita" y mi tesoro Anahy. Les agradezco a todos por haber dejado una huella en mi, les dedico todo lo que soy en este momento y lo que seré en un mañana.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi asesora Luisa Fernanda Pulgarín Restrepo, desde el día en que la conocí siendo mi maestra, admiro su forma de ser, actuar y su manera de regalarme consejos. Por su paciencia y sabiduría en cada momento. Hoy en día me ha brindado mucho apoyo dirigiendo mi trabajo de grado a un feliz término.

A mis Jefes Ángela Correa, Tatiana Betancur, Wilmar Vera, Juan David Agudelo, han sido un apoyo real durante mi proceso de aprendizaje en la Corporación Universitaria Lasallista; he aprendido mucho de ustedes.

A Catalina Álvarez, Johana Román y Lizeth Gómez, ustedes son mis colegas favoritas, me ayudaron a saltar aquellas piedras en mi camino, a ser mejor, a cumplir mi sueño de graduarme en el tiempo correcto; ustedes fueron claves en el desarrollo de mi embarazo, porque estuvieron en las buenas y malas, me apoyaron y sufrieron conmigo mi título profesional. Gracias por amar a mi hija, por ser tan buenas amigas, nunca las olvidare y están en mi corazón.

A TODOS GRACIAS POR SU APOYO INCONDICIONAL, ESTE NO ES EL FIN PERO SÍ EL COMIENZO DE UNA MEJOR VIDA

CONTENIDO

Pág.

<i>INTRODUCCIÓN</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
1. OBJETIVOS	12
1.1. OBJETIVO GENERAL	12
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
2. JUSTIFICACIÓN	13
3. MARCO TEÓRICO	16
3.1. <i>Relevancia con el Ámbito de la Comunicación Organizacional</i>	17
3.2. <i>Antecedentes Históricos de los Eventos</i>	18
3.2.1. <i>Clasificación de los Eventos</i>	20
3.2.2. <i>Operador Profesional de Certámenes</i>	26
4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	30
5. CONCLUSIONES	31
RECOMENDACIONES	32
BIBLIOGRAFÍA	33
ANEXOS	34

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación de los eventos	24
Tabla 2: Cronograma de Actividades	29

LISTA DE ANEXOS

Anexo A: Manual de Políticas y Funciones OPC Lasallista.

34

RESUMEN

Durante la realización de la práctica en la misma Institución que emprendí la carrera de Comunicación y Periodismo, inicié al lado de los docentes: Tatiana Betancur y Wilmar Vera, el proyecto de OPC Lasallista (Operadora Profesional de Certámenes Lasallista), proponiendo al estudiantado formar parte de esta nueva Unidad de Negocio, con fines de afianzar lo aprendido en las aulas de clase.

La estructura sólida de OPC la conforma el alumnado perteneciente al programa de Comunicación y Periodismo de la Corporación Universitaria lasallista; esta OPC, a su vez contiene uno subgrupos segmentados de la siguiente manera: logístico, prensa, protocolo y por último planeación estratégica.

En el interior de este trabajo se puede encontrar teorías explícitas que hablan de la importancia de planear, ejecutar y realizar un evento, además de un glosario que deja en claro la diferencia y el nombramiento de cada uno de los eventos.

Teniendo en cuenta lo anterior, se buscó apoyar esta iniciativa, creando un Manual que aportara pautas y lineamientos para buscar la excelencia dentro y fuera de un evento. La Corporación Universitaria Lasallista estructuró este proyecto con el fin de unir todos los semestres en uno solo, y esa es la intención del manual.

Por medio de este Manual de Políticas y Funciones OPC Lasallista, el alumnado puede implementar estrategias dentro y fuera de un evento. Esta herramienta es muy importante porque sirve de apoyo para recordar y afianzar lo aprendido y saberlo aplicar en la vida real, permitiendo generar retroalimentación entre alumnos de varios semestres académicos.

ABSTRACT

During the conduct of practice in the same institution that undertook the career of Communication and Journalism, started by teachers: Tatiana Betancourt and Vera Wilmar, the draft Lasallian OPC (Operator Professional Contest LaSalle), proposing to students is part of this new business unit for purposes of securing what they learned in the classroom.

The solid structure of the OPC shapes belonging to the program the students of Communication and Journalism at the University Corporation Lasallian, this OPC, in turn contains a subgroup segmented as follows: logistic, media, protocol, and finally strategic planning.

Inside of this work can be found explicit theories that speak of the importance of planning, executing and holding an event, plus a glossary that makes clear the difference and the appointment of each of the events.

Given the above, it sought to support this initiative, creating a manual that gives guidelines and guidelines for the pursuit of excellence in and out of an event. The University Corporation Lasallian structured this project to unite all into one semester, and that is the intent of the manual.

Through this Manual of Policies and Functions OPC Lasallian students can implement strategies within and outside of an event. This tool is very important because it serves to support and strengthen remember what they learned and know to apply in real life, allowing students to generate feedback from several academic semesters.

INTRODUCCIÓN

Con el fin de seducir al consumidor, todas las empresas creadas en el mundo emplean estrategias de comunicación para penetrar en la mente de los seres humanos. Son muchas las estrategias que implementan: souvenirs, 2x1, disminución de dinero por la compra de tal producto, propagandas, además de fichas publicitarias por donde quiera.

Para fidelizar el consumidor a un producto, las empresas también implementan la realización de eventos, tales como: festejos, promoción de un producto, homenajes anuales según la empresa y el producto. Por eso realizar eventos no es una tarea fácil.

Cada día los clientes son más difíciles, por el nivel de exigencia que desean denotar. Por eso Colombia, ha experimentado varios cambios en este tema, y cada día la demanda de empresas crece, favoreciendo el campo de la industria de eventos colombianos, por que ha hecho que ésta se vuelva competitiva.

En Colombia y regiones como Antioquia, el progreso se nota. Aunque existen muchas empresas dedicadas a la realización y planificación de eventos, estas procuran no caer en el error de volverse comunes y obtener, en su grupo de trabajo profesionales especializadas en el área; no como simples operadores si no como estrategias logísticas capaces de realizar un evento.

Ha sido tanta su evolución, que muchos empresarios de talla internacional toman a Colombia y específicamente a Antioquia, como una opción para ser sede de eventos de carácter mundial.

Convertirse en la sede de un evento, ser su realizador y obtener el éxito de este mismo, hace que la evolución de un país en vía de desarrollo como Colombia cambie su visión ante el mundo, obteniendo como resultado ser el tercer país a nivel mundial con un alto índice de llegada de turistas, logrando así una excelente consolidación de negocios y con un gran aporte a la economía nacional.

Colombia ha tenido evolución en los ámbitos laborales, buscando tener un buen nivel de profesionalismo. Es por esto que se dice que la educación empieza por casa: las universidades, los colegios y escuelas por medio de educadores, implementan en sus aulas de clase temas que mucho tiempo después las personas pueden poner en práctica. Es por esto que las fábricas o empresas se empeñan en contratar personas que hayan pasado por un aula de clase y no a un empírico aún cuando en algunos casos, los años le han entregado experiencia. Aunque esto puede ser una idea positiva, se tiene en cuenta que los años traen consigo innovaciones y con ello aprendizajes nuevos a los que en algún momento estás personas se niegan aprender.

Es por esto que las instituciones buscan mejorar en el mercado y crear en el individuo una necesidad. La Corporación Universitaria Lasallista, en su programa Comunicación y Periodismo ha creado para su estudiantado una unidad de negocio, en la que se genere conocimiento, retroalimentación, aprendizaje y crecimiento personal. Está es OPC Lasallista, Operadora Profesional de Certámenes Lasallista.

La OPC fue creada por la necesidad de mejorar aquellos espacios de la comunicación organizacional, para ser más concisos, la temática orientada hacia la "Organización de Eventos", los cuales no habían sido muy explorados y los campos de práctica por los que optaban los docentes era solo una salón de clase.

Como respuesta a esta necesidad, la OPC les dió oportunidad a los estudiantes de aprender en un área del que conocían en la teoría pero no experimentaban. Realizar Eventos y llevarlos a un feliz término, no es una tarea fácil. De esto se convencieron 64 estudiantes en su primera etapa de funcionamiento.

Realizar contactos, ser parte de la Logística, el manejo de prensa, protocolo y planeación estratégica, motivó en ellos un compromiso con la Institución, ya que representaban en todo momento lo que ésta era.

Para la Corporación, OPC ha sido muy benéfica, conformó equipos de trabajo, consolidó una unidad de negocio tanto para el alumnado como para la Institución como tal. Pero lo más importante es que les generó a los futuros Comunicadores y Periodistas, tener experiencias en estos campos que no tienen tan fácil acceso.

Ahora que se comprende la importancia de OPC para la Institución, en este trabajo de grado se encontrará una herramienta de apoyo para aquellas personas pertenecientes a esta área, que pretenden emprender su camino de profesional en la realización de eventos.

1. OBJETIVOS DEL TRABAJO DE GRADO

1.1 OBJETIVO GENERAL:

- Construir un Manual de Políticas y Funciones para la Operadora Profesional de Certámenes (OPC) Lasallista, que le permita ser reconocida y tenida en cuenta como Unidad de Negocio con capacidad de realización, planificación, control y evaluación de eventos al interior de la Corporación Universitaria Lasallista y fuera de ella.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Elaborar un rastreo y referenciación de algunas OPC de Medellín para conocer si tiene manuales de funciones y políticas, determinando el alcance y las características de las mismas.
- Definir las políticas que se deben implementar para el óptimo desarrollo de cada evento o actividad donde la OPC Lasallista participe.
- Determinar las funciones, tareas y cargos representativos en la OPC Lasallista, con el fin de pautar y ser asertivos en la realización de eventos propios y externos.
- Redactar un manual con las especificaciones requeridas y de forma amena que ayude al proceso de identidad de la OPC Lasallista.
- Presentar el Manual a los actores implicados en la OPC Lasallista para que se apropien de él y se conviertan en multiplicadores de las orientaciones ofrecidas en dicho manual.

2. JUSTIFICACIÓN

- **IMPACTO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO**

La idea de realizar un Manual de Políticas y Funciones para la OPC nació de la necesidad de consolidar el trabajo académico en las aulas de clase con el surgimiento de un grupo de interés generando óptimos desarrollos de aprendizaje dentro de la Institución. La pertinencia de los temas y el aprendizaje durante la carrera de Comunicación y Periodismo ha logrado en el grupo de interés, satisfacer las necesidades de los estudiantes y generarles expectativas en las diferentes etapas de desarrollo en los eventos.

Este proyecto es importante en la carrera de Comunicación y Periodismo por que ayuda al estudiante a afianzar conocimientos y a aprender acerca de los nuevos retos por enfrentar en una vida profesional. Áreas tales como: Protocolo, Comunicación Organizacional, Publicidad y Mercadeo, Relaciones Públicas, Edición y Diseño por último Taller de Medios impresos, han permitido consolidar el rumbo de esta nueva unidad de negocio, ofreciéndole al estudiante conocimientos para poderlos aplicar en los diferentes escenarios a los que se van ver expuestos.

Realizar este manual generará un alto impacto ya que es un aporte que se le ofrecerá a la OPC para forjar una mentalidad de organización y mejorar su funcionamiento. Esta herramienta es clave dentro de la Corporación porque su uso permite estructurar procesos y establecer parámetros. La importancia de este manual radica en resolver dudas y ayudar en las diferentes etapas de desarrollo de un evento. El uso de éste es constante pero al mismo tiempo debe ser un manual adaptable, dinámico y que permita dar respuestas ágiles para optimizar el servicio de la OPC.

Teniendo clara la necesidad de esta herramienta de trabajo para un buen desarrollo dentro del Programa de Comunicación y Periodismo y luego de haber tenido un periodo de estudio dentro de la Corporación a su vez complementado con la oportunidad de realizar la práctica empresarial en la OPC Lasallista, facilita la labor de promover y divulgar el uso adecuado de este manual y la importancia que hay en él para utilizarlo y no desecharlo.

El protocolo, la etiqueta, los buenos modales y la buena presentación son fundamentos esenciales en la planeación de un evento; es por esto que la OPC debe contar con un manual que brinde información a cada uno de sus integrantes, beneficiándolos también en el aprendizaje individual de su vida profesional.

Por último se justifica realizar este manual porque será una herramienta de consulta para los futuros practicantes dentro y fuera de la Institución, encontrando en éste una ayuda en la realización de los eventos que tengan por desarrollar.

Además se realiza con la idea de reconocer la necesidad de tener un documento que les brinde orientaciones e información útil sin descartarla, convirtiéndose en una guía práctica para que su desempeño sea idóneo.

- **IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO**

La OPC es una unidad de negocio en el cual se podía fortalecer la proyección de la imagen de la Corporación Universitaria Lasallista por medio de buenos rendimientos en la realización de un evento. Es por esto que los estudiantes de Comunicación y Periodismo tomaron esta iniciativa como una oportunidad para irse mostrando, a la vez que perfilan el programa de formación al cual pertenecen.

Este esfuerzo que realizan los estudiantes además de ser activo y voluntario ayuda al mejoramiento de la labor que busca posicionar el nombre de la Corporación. Con esto se contribuye a la Responsabilidad Social Empresarial ya que ésta cuenta con un objetivo muy claro de generar competencias desde una visión de cumplimiento y responsabilidades.

Es por esto que la realización de un Manual de Políticas y Funciones generará un impacto social dentro del medio en el que estamos participando, ya que es una herramienta que no solo le responde al cliente sus preguntas si no que también le dará una idea de planeación y organización frente al trabajo que realiza la OPC.

3. MARCO TEÓRICO

La comunicación es el pilar fundamental de los seres humanos, se dice en muchas teorías que el ser humano necesita de otras personas que estén a su alrededor para poder comunicarse con los demás, interactuar e implementar sus propios códigos en los que puedan intercambiar mensajes.

Aunque todos los seres vivos estemos en sociedades, culturas y países distintos, tenemos la necesidad de comunicarnos, teniendo en cuenta que todo comunica. Tomando como ejemplo: a nuestros primeros ancestros, los cavernícolas, estos utilizaban el humo como una señal de ayuda para obtener una respuesta de otras personas que en ese entonces también hacían parte de esta cultura.

La base del entendimiento y el comportamiento de individuos está ligada a su cultura, de ellos se evidencian ciertos factores: códigos que se identifican como símbolos y signos, para generar una retroalimentación con los demás individuos. Es por esto que la comunicación es tan importante desde hace varios siglos, porque sin ella es imposible que se pueda transmitir un mensaje.

Retomando el tema, desde los cavernícolas con su simbología y las personas del siglo XXI con la Internet, civilizadas y profesionales, necesitan de la comunicación para tener un eficaz aprendizaje y entendimiento. Según María del Socorro Fonseca, comunicar es *"llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes"*.¹ Como se puede evidenciar este es un acto que pretende unir a varios individuos en un solo canal socializador, donde el emisor y el receptor deben de estar sintonizados, utilizar los mismos canales y signos de comunicación para entenderse.

Ahora bien, aunque pasen los años, y la comunicación pase por procesos de evolución, siempre será pionera de la interacción humana.

3.1 RELEVANCIA CON EL ÁMBITO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.

La importancia de este término dentro de una realización de eventos, es muy profunda. Si echamos un vistazo, a como ponemos en práctica, el protocolo, la educación en el lenguaje, la vestimenta, la construcción de equipos de trabajo sólidos, las actitudes y aptitudes. Entre otros aspectos, podemos verificar que aunque la interacción humana sea pionera para lograr una comunicación, debe

¹FONSECA YERENA, MARÍA DEL SOCORRO. Comunicación oral fundamentos y práctica estratégica. 1. ed. México: Pearson educación, 2000. pág. 4.

saber realizarse en todos los ámbitos en los que el individuo se desarrolle; es por esto que se dice que dentro de una organización y su ámbito laboral todo influye.

Para que una Organización sea exitosa, sus flujos comunicacionales también deben de serlo. La definición de este término es un poco más compleja, ya que comprende la unión de dos palabras comunicación y organización. Para Thayer en el año de 1968 el término unido de Comunicación Organizacional significa *“aquel flujo de datos que sirve a los procesos de comunicación e intercomunicación de la organización”*.² Estos procesos comunicativos de los cuales habla el autor tiene en cuenta a todos los niveles de personal dentro de una organización, son de carácter ascendente, descendente, comunicaciones internas y externas; donde el flujo de la comunicación es efectiva porque los individuos pertenecientes a esta organización trabajan por mejorar los canales de comunicación y hacer efectiva la entrega del mensaje.

Para Irene Trelles Rodríguez, doctora en Ciencias de la Comunicación, éste término hace referencia a que *“la comunicación corporativa nos habla tanto de la realidad de la organización como de la identidad corporativa interna, por lo que puede ser definida como el repertorio de procesos, mensajes y medios involucrados en la transmisión de información por parte de la organización; por tanto, no se refiere sólo a los mensajes, sino a los actos, al comportamiento mediante el cual todas las empresas transmiten información sobre su identidad, su misión, su forma de hacer las cosas y hasta sobre sus clientes”*.³ Aunque la comunicación organizacional es un área muy definida de las ciencias sociales y tiene denominaciones muy comunes que hace que ésta sea más clara y abarque todas las áreas dentro de una organización. También llamada: Comunicación Institucional, Organizativa, Empresarial y Organizacional.

Ésta a su vez se considera parte fundamental de una empresa, aportando clima organizacional eficaz, relaciones internas dinámicas, entrega de mensajes inmediatos y un mejor sistema de relaciones interpersonales. El reto de una organización es alcanzar el éxito y el reconocimiento, pero si dentro de la organización algún canal de comunicación falla, no se puede llegar a la meta. Es por esto que cada organización opta por seguir un conducto de evaluación continua y eficiente que arroje resultados de todas las dependencias y cómo llegar a fortalecer las falencias.

²GARRIDO, FRANCISCO JAVIER. Las claves de la Comunicación Empresarial en el siglo XXI- Comunicación Estratégica. Ediciones Gestión 2000.España. Planeta de agustini Profesional y Formación S.L. M-7090-2004. Pág. 73.

³ RODÍGUEZ GUERRA, INGRIDS. Comunicación Organizacional: Teorías y puntos de vista. [en línea]<<http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/comuor.htm>>[Citado el 02 /2005].

Partiendo como base de la importancia de efectuar eventos en la ciudad, es fundamental aclarar que hay organizaciones que se concentran en esto y prestan el servicio garantizado en la creación, logística de montaje y escenografía de eventos grandes; estos son importantes para fortalecer la tradición que ha tenido nuestra ciudad. Es por esto que es importante aclarar la historia de los eventos ya que esto es el eje central de esta investigación.

3.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LOS EVENTOS

La historia de los eventos se remonta a la antigua Babilonia con el objeto del intercambio de conocimientos entre las personas y mejoramientos de las comunidades a las que pertenecían en aquellos tiempos.

Los temas desarrollados en las “fiestas” como solían llamarlas anteriormente eran de carácter religioso y deportivo, ya que estos eran famosos por el desarrollo de sus contenidos; los lugares eran muy destacados en adecuación de espacios, además de que la motivación y el gusto por estos dos temas eran muy definidos. Tiempo después en la Edad Media con la caída del Imperio Romano y la llegada de las cruzadas se desarrolló un itinerario de viajes en los que podían conocer nuevos lugares, realizar contactos y permitir a la sociedad realizar acciones tales como: Montaje de su propia empresa, transporte de comercio y venta de servicios.

*“Los eventos surgen como un reclamo de la sociedad que necesita reunirse por razones de asociarse en un determinado entorno geográfico, en colectivos y grupos. Son un hecho económico y cultural que permite un intercambio social, técnico, profesional y científico”.*⁴ El proceso de evolución continuo que enfrentó el mundo, lo llevó a actualizar la forma en que se desarrollaban los acontecimientos, disfrutar de las nuevas herramientas de Comunicación que el mundo ofrecía; con esta necesidad se causó en los individuos aceptación. *“En 1970 se celebraron en todo el mundo unos 4.000 congresos internacionales con la participación de dos millones y medio de personas entre congresistas y acompañantes y en el período de 1979 hasta 1998 mostró un crecimiento del 79 % en contraste con el 60% en el mismo período en la afluencia de turistas individuales”.*⁵

Debido a esta evolución, se establecieron lugares apropiados para realizar, estos eventos, congresos, exposiciones reuniones, etc. Además de crear organismo internacionales que pudieran establecer contactos estrechos y permanentes.

Según Agüero, las entidades promotoras más importantes, de acuerdo con el rastreo realizado “ACVB (Asociación

⁴MAURE AGÜERO, G. *Definiciones y tendencias del turismo de eventos*: Contribuciones a la Economía, [en línea] N° 82, julio 2007. <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>. [Citado el 27 de Enero de 2012].

⁵ Ibíd.

Internacional de Buroes de Convenciones y Visitantes), fundada desde 1963 que fue constituida en 1914. Entre las más representativas de estas organizaciones se destaca ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones) creada en 1963. Posteriormente surge la que agrupa a los OPC (Organizadores Profesionales de Congresos) la IAPCO (Asociación Internacional de Organizadores Profesionales de Congresos) creada en 1968. Otra institución de gran importancia es MIP (Meeting Professional Internacional) fundada en 1972 y que agrupa a todos los factores independientes de su actividad. En América Latina y el Caribe este desarrollo fue más lento, la Asociación de Ferias Internacionales de América AFIDA se creó en 1969 y se logra crear la (COCAL) Confederación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina en Buenos Aires un período tan tardío como 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”⁶.

Internacionalmente, todas estas organizaciones fueron creadas para manejar cada uno de los ámbitos de la realización de un evento, exponer nuevas herramientas de trabajo, entre otras funciones. Todo con el fin de poder contribuir con el desarrollo del siglo XXI.

Teniendo claro la importancia que tienen los eventos en nuestro país, y ya habiendo contextualizado la historia podemos entonces concentrarnos en cómo se clasifican los eventos y cuáles son los nombramientos que se le dan a estos eventos dependiendo de los asistentes y el objetivo que tiene cada uno; por eso a continuación se comenzará hacer una breve definición de la tipología de los eventos más importantes que se realizan en nuestro país.

3.3 Clasificación de los Eventos

- **Congreso**

La naturaleza de este evento se ve plasmada porque su finalidad solo puede ser de carácter cultural, social o político. Este proceso es una reunión periódica en la cual asisten una gran cantidad de personas; el tema a tratar es determinado y se

⁶ *Ibíd.*

toman decisiones para un bien mancomunado. Jaime Leal, afirma: *“Esta técnica nos sugiere una reunión con el propósito de impartir e intercambiar información, tomar decisiones, resolver problemas, averiguar hechos, identificar situaciones, planear o inspirar algo”*.⁷

- **Conferencias**

Continuando con las definiciones del conferencista Jaime Leal, una conferencia es definida como: *“Una técnica común es aquella situación grupal en la que un expositor calificado pronuncia un discurso o conferencia ante un auditorio”*.⁸ Se comprende que este término puede evaluarse desde una conversación de dos o más personas y también puede llegar a ser una exposición en la que son dados a conocer resultados obtenidos, solución de problemas, entre otros. En éste los asistentes se limitan a escuchar y preguntar.

- **Simposio**

Según el Diccionario de la real academia, simposio es: *“Conferencia o reunión en que se examina y discute determinado tema.”*⁹ Aportando a esta definición, Jaime Leal hace referencia a este término de la siguiente manera *“consiste en que un equipo de expertos desarrolla diferentes aspectos de un tema o problema en forma sucesiva ante un grupo”*. Con esto se resuelven dudas y se contrarrestan opiniones.

- **Seminario**

La palabra Seminario históricamente la crearon para reemplazar “Cátedra”, en la Universidad Alemana Gottigen, demostrando la posibilidad de unir la docencia y la investigación. Este es de naturaleza técnica y académica, su objetivo principal es realizar un estudio profundo que pueda poner en interactividad a los especialistas y asistentes. La mayoría de las veces, cuando este acto se realiza, se cobra una cuota de inscripción. La duración que este tiene es de 2 o más horas. *“El seminario tiene por objeto la investigación o estudio intensivo de un tema en reuniones de trabajo debidamente planificadas (workshops). Puede decirse que constituye un verdadero grupo de aprendizaje activo, pues los miembros no*

⁷ LEAL, JAIME. “Congreso” *Técnicas de Grupo* [en línea]<http://gerza.com/tecnicas_grupo/todas_tecnicas/congreso.html. [Citado el 27 de Enero de 2012]

⁸ *Ibíd.*

⁹ DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA. Vigésima Segunda Versión [en línea].<http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=simposio>[Citado el 27 de Enero de 2012]

*reciben la información ya elaborada, sino que la indagan por sus propios medios en un clima de colaboración recíproca*¹⁰. Afirma Leal.

¹⁰ LEAL, JAIME.Op.cit.

- **Debate**

El término realiza alusión a su nombre, tema que es tratado por dos o varias personas donde el mensaje está relacionado directa o indirectamente con un tema en común. Según Leal tiene mucho en común, con una simple clase de salón.

- **Convención**

*“convención es un evento de 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”*¹¹ definición realizada por La Spain Convention Bureau. Ésta se realiza con el objetivo netamente productivo para una empresa, su objetivo cada una de ellas lo define.

- **Reunión**

Se utiliza para informar algo que esté sucediendo o que puede acaecer, siempre se deja constancia de lo que se realizó en un acta.

- **Panel o debate de experto**

Según Leal *“En el Panel, la conversación es básicamente informal, pero con todo, debe seguir un desarrollo coherente, razonado, objetivo, sin derivar en disquisiciones ajenas o alejadas del tema, ni en apreciaciones demasiado personales.”*¹² En esta técnica los panelistas expresan su opinión en frente al público y en ocasiones toman en cuenta las personas que los acompañan dentro del panel.

¹¹ WIKIPEDIA. *“Convención”* Vigente. Texto completo en línea].<[http://es.wikipedia.org/wiki/Convenci%C3%B3n_\(reuni%C3%B3n\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Convenci%C3%B3n_(reuni%C3%B3n))>[Citado el 27 de Enero de 2012]

¹²LEAL, JAIME.Op.cit.

- **Mesa redonda**

“Se utiliza esta técnica cuando se desea dar a conocer a un auditorio los puntos de vista divergentes o contradictorios de varios especialistas sobre un determinado tema o cuestión”¹³. Según Leal, a diferencia de las otras técnicas, ésta tiene en cuenta los asistentes. Susan Aguirre en su texto Diversas técnicas de Motivación, hace referencia al objetivo de este término de la siguiente manera, “La confrontación de enfoques y puntos de vista permitirá al auditorio obtener una información variada y ecuánime sobre el asunto que se trate, evitándose así los enfoques parciales, unilaterales o tendenciosos, posibles en toda conferencia unipersonal”¹⁴. Este aporte que realiza Aguirre es importante porque deja en claro el aprendizaje y satisfacción personal en el individuo cuando esta técnica finaliza y se dejan en claro los puntos de vista de cada uno.

- **Asamblea**

Ésta es un órgano político, su función de decisiones. Su ejemplo más conciso, es cuando las personas asumen la democracia.

- **Exposiciones**

Generalmente ésta puede realizarse desde un salón de clases hasta una galería. Exhibe lo que se quiere dejar en claro, o hallazgos realizados de cierto tema.

- **Ferias**

“Son el punto de encuentro, en un sitio específico, que reúne, por pocos días a personas cara a cara con una gama diversa de productos y alternativas de un sector o sectores específicos, para ser ofrecidos a visitantes con disposición de compra”¹⁵. Según Guillermo León Pajón, éstas podrían compararse con un supermercado donde se ofrece todo lo que el cliente necesita y este escoge lo que más le guste y le beneficie.

¹³ Ibid.

¹⁴AGUIRRE DE MIRANDA, Susan . “Mesa Redonda” Diversas Técnicas de Motivación [en línea]<<http://susandemiranda.blogspot.com/2009/08/leccion-7-clasificacion-general-de-las.html>>[Citado el 27 de Enero de 2012]

¹⁵ LEÓN PAJÓN, Guillermo. FERIAS- Un mundo de oportunidades-Ideas para una participación exitosa en ferias y exposiciones. Primera Edición. Medellín. Prisma-Gestión Empresarial.2005. Pág. 9.

- **Festivales**

Su nombre hace alusión, celebración que normalmente realizan las comunidades, no importa el lugar, ni el tema; pero si tiene un objetivo en común para los asistentes.

- **Coloquio**

El término latino *collōqui* “conversar”, “conferenciar” según la -RAE, significa conversación de dos o más personas, su desarrollo puede estar vinculada al desarrollo de un tema, un número de asistentes es mínimo y su duración es indefinida (puede llegar a ser muy amplia o en ocasiones demasiado corta).

Como se puede apreciar anteriormente se enumeró un glosario de los nombres de cada evento y su objetivo, siendo estos los más usados, ya que también hay otras técnicas que no fueron definidas porque no son tan usadas. Como anexo se escogió del texto de Maure: un cuadro que representa la clasificación de los eventos, para una mejor comprensión de ellos.

Tabla 1 Clasificación de los eventos

Según su carácter o tipología	Por su naturaleza	A partir de su generación	Según entidades que los convoquen
Congresos, conferencias, simposio, seminario, debate convención, reunión, informal, panel o debate de experto, mesa redonda, taller, asamblea, exposiciones y ferias, festivales, coloquio, jornada, eventos multidestinos, eventos itinerantes, eventos virtuales, viaje de incentivos.	Eventos internacionales	Diseño propio	Gubernamentales
	Eventos	Sede Captada	No gubernamentales
	nacionales con participación extranjera		Corporativos
	Eventos nacionales		
Según sector generador		Según el tamaño o número de delegados	Según sus objetivos

Científico –Técnicos	Pequeños (50 hasta 249 delegados)	Eventos promocionales
Médicos		Eventos informativos
Ciencias sociales y económicos	Medianos (250 hasta 499 delegados)	Eventos formativos- didácticos
Agricultura y medio ambiente		Eventos de refuerzo de relaciones sociales
Culturales	Grandes (entre los 500 hasta 2000 participantes)	Eventos de relaciones internas
Deportivos y náuticos.		Eventos de relaciones externas
Leyes	Mega eventos (más de 2000)	
Educación		
Comerciales	Mini eventos (entre 35 y 45 delegados)	

Cada uno de estos tiene un desarrollo de planeación dirigida: los tiempos pueden ser 1-2 años, 3-6-9 meses de antelación donde se deje claros: objetivos generales y específicos, público al que va dirigido, tema (definición de programación, afiches, certificado, escarapelas, etc), número de personas asistentes, souvenirs, lugar de adecuación, menús del día. Este parte es quizás la más importante porque acarrea dejar plasmado lo que se va ejecutar.

El tiempo de ejecución llega un día antes de la realización del evento. En este se plasma el montaje según lo acordado en las reuniones de planeación y según el formato físico realizado en ellas. El día del evento es el personal logístico, coordinadores y demás apoyo quienes sacan el evento a flote, además de que el éxito de este también depende de su funcionamiento. Es por esto que a continuación, tendremos definido OPC.

3.4 Operador Profesional de Certámenes (Función)

“Podrá llegarse a la excelencia a través de aquello que ningún libro podrá sustituir en su totalidad: la experiencia” anónimo. Es por esto que la clave dentro de un evento la debe de tener el personal que sea capaz de trabajar idóneamente y eficazmente en pro de una pronta solución y de mejoras continuas dentro de un evento a realizar. A estos se les llama OPC operadores profesionales de convenciones.

Ciertas Organizaciones mundiales como **IAPCO** (Asociación Internacional de Organizadores Profesionales de Congresos) y **PCMA** (Asociación de Operadores Profesionales de Convenciones) y la **OPC** (Organizadores Profesionales de Congreso) son vinculadas con la actividad de organización de eventos, la cuales realizan cada año seminarios con el fin de especializar profesionales capaces de proyectar mejoras en las áreas a realizar en un evento.

El coordinador encargado, a la hora de realizar un evento tiene que tener un perfil altamente calificado, con cualidades de liderazgo. El soporte de un evento son las OPC ya que planifica y coordina el desarrollo de un evento: sus tareas parten de definir objetivos, temas, tiempos y horas, programación, formatos, textos, etc. Es por esto que se dice que la parte más importante de un evento se realiza en la etapa del periodo previo, donde se deja definido en físico lo que se realizará, para poder ejecutarlo en el día definido del desarrollo del evento.

Las funciones que realiza un representante de la OPC, según Carlos Alberto Monferrer son *“soporte administrativo del Comité y eventual asesoramiento sobre las estructuras académicas de las sesiones”*¹⁶. Como lo mencionó en páginas más arriba; el proceso más difícil para una OPC es la planeación de eventos, ya que lleva a plasmar en un papel lo que se debe ejecutar.

Tener todo organizado, les permite a las personas encargadas del evento identificar con claridad lo que sucederá, hacer recorridos de avanzada, donde los espacios y tiempos están definidos y gracias a esto la creatividad fluye de una manera más espontánea para darle sostén a estos eventos. También hay que darle cierta clase de glamour y protocolo ceremonial dentro de la organización, haciendo notar la trascendencia del evento.

Al finalizar el acto, es conveniente realizar la evaluación de éste, tanto para los asistentes como para las personas que hicieron parte de la organización. Los resultados son arrojados a un informe de gestión: el cual contiene observaciones a mejorar, desarrollo del evento, resultados óptimos; éste resume todo lo que pasó dentro del evento y como su nombre lo dice informa de una manera positiva lo ocurrido.

El comité conformado siempre tendrá tareas a realizar y funciones muy definidas, apoyando en un 100% la realización de todo el evento. Las OPC en general se apoyan de Manuales y Cronogramas que le dan un tiempo en el espacio de cómo funciona y cómo proceder a realizar cada una de las tareas.

Como se puede evidenciar, dentro de una OPC, las responsabilidades son numerosas con el objetivo de alcanzar el éxito dentro y fuera de la Institución. Es por esto que a continuación, se realiza un perfil detallado para la elección del personal a coordinar una OPC.

¹⁶ MONFERRER, Carlos alberto. Organización de Congresos, exposiciones y otros eventos. Editorial Dunken 5 Edición. Buenos aires Marzo 2007. Pág. 51.

3.5 Propuesta de perfil para coordinar la OPC Lasallista

Características que debe tener la persona que trabaje como coordinador(a) de la OPC Lasallista:

- Conocedor de las tendencias que a nivel global, nacional y local existen para la realización de certámenes.
- Profesional del marketing, de la comunicación organizacional, relaciones públicas o de organización de eventos.
- Persona con experiencia en el montaje de cualquier clase de evento que se pueda manejar desde la operadora, como foros, reuniones, seminarios, simposios, congresos, asambleas, conciertos, convenciones, presentaciones, etc.
- Líder con personalidad, carisma y óptimas relaciones de grupo, que le permita convertirse en la cara visible de la OPC Lasallista ante directivas de la universidad, clientes nuevos y antiguos.
- Conocimiento de una segunda y ojalá tercera lengua, preferiblemente Inglés como primera opción.
- Profesional con habilidades y conocimiento para diseñar y elegir piezas publicitarias en diferentes soportes, diseño de productos en la web y conocimiento del software especializado en la materia de planeación de certámenes.
- Experimentado en los diferentes procesos de realización de la OPC Lasallista, en las siguientes funciones:
- Orientar a las directivas de la Corporación Universitaria Lasallista y al programa de Comunicación y Periodismo sobre temáticas que pueden convertirse en eventos de interés para la Institución.
- Crear y planificar diferentes clases de eventos.
- Estar presente en cada fase de la organización de dichos eventos.
- Promocionar y comercializar los eventos que se ejecuten.
- Conocer el mercado de los operadores de certámenes de la región y el país.
- Interactuar con los diferentes públicos de la institución y la OPC Lasallista.
- Contar con óptimas relaciones públicas y conocimiento de cómo desenvolverse con los medios de comunicación locales, regionales y nacionales.
- Dirigir un equipo formado por profesionales de la comunicación y el periodismo, así como estudiantes de varios semestres que pertenecen al equipo de trabajo.
- Apoyar y dirigir desde el componente logístico a los diferentes eventos.
- Conocer y manejar el software especializado para cada fase del proceso.
- Evaluar y corregir el trabajo realizado.
- Planear y promover eventos propios.

- Apoyar en las diferentes fases de realización, en conjunto con las oficinas de Comunicaciones y Mercadeo, los múltiples eventos que anualmente desarrolla la Institución.
- Generar diferentes productos publicitarios y periodísticos en diferentes géneros para prensa (escrita, radial, televisiva y en redes sociales), posibilitar su difusión y promoción en los medios masivos de comunicación y en las redes sociales, con la ayuda de los docentes del programa.

Entre las tareas a desarrollar por la persona que dirija la OPC Lasallista están:

- Asesorar, ser consultado, gestionar, planificar, organizar, dirigir y revisar las diferentes actividades que pueden ser de tipo: académicas, empresariales, culturales o gubernamentales.
- Gerenciar la OPC como unidad de negocio de la Corporación Universitaria Lasallista.
- Acompañar al cliente en lo referente a las tareas del pre, pro y post evento.
- Administrar las actividades que se desarrollan antes, durante y después de los eventos.
- Presentar plan de trabajo y promoción de esta unidad académica y de negocios, con el apoyo del programa de Comunicación y Periodismo de la Corporación Universitaria Lasallista.
- Generar informes y balances de cada actividad realizada.
- Consolidarla como unidad de negocio y escenario de práctica de alumnos de la universidad.
- Posicionarla como servicio de calidad y seriedad ante el público interno y las empresas y asociaciones que tienen asiento en el Sur del Valle de Aburrá y el Suroeste antioqueño.

Personal a dirigir:

- Estudiantes de semestres variados, algunos de los cuales han cursado las asignaturas de relaciones públicas, comunicación organizacional o protocolo.

Tabla 2: Cronograma de Actividades

Actividades	AÑO 2011-1				
	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENERO
Elección del Tema	X				
Presentación de Objetivos y propuesta a desarrollar		X			
Selección de la información			X		
Realización del Marco Teórico y Referencial				X	X
Diseño y Edición del Manual				X	X
Impresión					X

4. CONCLUSIONES

- En Colombia los eventos ha marcado la industria y han dejado huella dentro del territorio colombiano, es por esto que se ha vuelto más competitiva, ha hecho que los clientes sean más exigentes y que las empresas realizadoras de eventos se vuelvan más estratégicas y menos operacionales. Es por esto que es necesario abarcar y poner en práctica todas las herramientas comunicacionales aprendidas en la academia, ya que son la base del sostenimiento dentro de la sociedad.
- Un Manual representa la forma de comunicación más eficaz para todo el alumnado perteneciente a este grupo de interés. Está es una forma directa de llegar a los estudiantes, que les sirve de apoyo para proyectar un evento interno o externo de la Institución.
- En Colombia los eventos ha marcado la industria y han dejado huella dentro del territorio colombiano, es por esto que esta industria se ha vuelto más competitiva, ha hecho que los clientes sean más exigentes y que las empresas realizadoras de eventos se vuelvan más estratégicas y menos operacionales.
- Un manual de Políticas y Funciones le permite a los estudiantes integrarse idóneamente entre varios semestres buscando una unión y aprendizaje o lo que en comunicación comúnmente se llama Feed-back.
- La estructura del Manual es claro, concisa y detallada. Está hecha para que el alumnado la entienda y sea una guía práctica de aprendizaje dentro y fuera de la Institución.
- Esta herramienta de comunicación, es una estrategia planteada para dar respuesta a los estudiantes de: ¿Qué evento se realizará? ¿Cuáles son nuestras funciones? ¿Dónde y cuándo debemos estar?, entre muchas otras respuestas a diversas preguntas que surgen. Con esto se fundamenta la idea de generar un nuevo canal de comunicación que integre a todos y responda las necesidades de información del alumnado OPC.

5. RECOMENDACIONES

- Lo más recomendable es que el Manual de Políticas y Funciones debe ser presentado a su estudiantado y Consejo Académico, buscando la aceptación y asimilación de esta herramienta de Comunicación OPC Lasallista. Sugerencia específica de cómo debe ser presentado.
- Dentro de OPC Lasallista, se puedan realizar correcciones y lograr un buen instrumento de trabajo, donde lo estudiantes aporten ideas y mejoren su condición, si así lo desean.
- A parte de un Manual, se considera que dentro de OPC Lasallista se deben proponer más herramientas de comunicación internas que lleguen a los alumnos, profesores, decanos y jefes de programa; o también puede ser externa, ya que OPC Lasallista necesita obtener Free-press, buscar obtener buenas relaciones con un público externo para fomentar el crecimiento de este proyecto.
- Es muy importante que esta nueva herramienta que se construye para un aprendizaje continuo se renueve cada año, ya que OPC Lasallista va creciendo y con ello las pautas y objetivos planteados.
- A pesar de que hay docentes que no imparten las áreas de Protocolo, Realización de Eventos, Publicidad, entre otras. Este manual deben de conocerlo los docentes, ya que es necesario que todos conozcan las estrategias que utiliza OPC y puedan volverse multiplicadores de la información haciéndola conocer por posibles clientes.

BIBLIOGRAFÍA

AGUIRRE DE MIRANDA, Susan .“Mesa Redonda” *Diversas Técnicas de Motivación* [en línea]<<http://susandemiranda.blogspot.com/2009/08/leccion-7-clasificacion-general-de-las.html>>[Citado el 27 de Enero de 2012]

DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA. Vigésima Segunda Versión [en línea].<http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=simposio>[Citado el 27 de Enero de 2012]

FONSECA YERENA, MARÍA DEL SOCORRO. Comunicación oral fundamentos y práctica estratégica. 1. ed. México: Pearson educación, 2000. pág. 4.

GARRIDO, FRANCISCO JAVIER. Las claves de la Comunicación Empresarial en el siglo XXI- Comunicación Estratégica. Ediciones Gestión 2000.España. Planeta de agustini Profesional y Formación S.L. M-7090-2004. Pág. 73.

LEAL, JAIME. “Congreso” *Técnicas de Grupo* [en línea]<http://gerza.com/tecnicas_grupo/todas_tecnicas/congreso.html. [Citado el 27 de Enero de 2012]

LEÓN PAJÓN, Guillermo. FERIAS- Un mundo de oportunidades-Ideas para una participación exitosa en ferias y exposiciones. Primera Edición. Medellín. Prisma-Gestión Empresarial.2005. Pág. 9.

MAURE AGÜERO, G. *Definiciones y tendencias del turismo de eventos: Contribuciones a la Economía*, [en línea] N° 82, julio 2007. <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>. [Citado el 27 de Enero de 2012].

MONFERRER, Carlos alberto. Organización de Congresos, exposiciones y otros eventos. Editorial Dunken 5 Edición. Buenos aires Marzo 2007. Pág. 51.

RODÍGUEZ GUERRA, INGRIDS. Comunicación Organizacional: Teorías y puntos de vista. [en línea]<<http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/comuor.htm>>[Citado el 02 /2005].

WIKIPEDIA. “*Convención*” Vigente. Texto completo en línea].<[http://es.wikipedia.org/wiki/Convenci%C3%B3n_\(reuni%C3%B3n\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Convenci%C3%B3n_(reuni%C3%B3n))>[Citado el 27 de Enero de 2012]

ANEXOS

Anexo A: Manual de Políticas y Funciones OPC Lasallista.



ÍNDICE

PRESENTACIÓN	1
FUNCIONES PARA ESTRUCTURAR UN EVENTO	2
PAUTAS DE PROTOCOLO OPC LASALLISTA	3
POLÍTICAS DE CUMPLIMIENTO OPC	9
POLÍTICAS INTERNAS CUL	1 0
ANEXOS	1 2

Con el fin de seducir al consumidor, todas las empresas creadas en el mundo emplean estrategias de comunicación para penetrar en la mente de los seres humanos. Son muchas las estrategias que implementan: souvenirs, 2x1, disminución de dinero por la compra de tal producto, propagandas, además de fichas publicitarias por donde quiera. Para fidelizar el consumidor a un producto, las empresas también implementan la realización de eventos, tales como: festejos, promoción de un producto, homenajes anuales según la empresa y el beneficio. Por eso realizar eventos no es una tarea fácil.

Cada día los clientes son más difíciles, por el nivel de exigencia que desean denotar. Por eso Colombia, ha experimentado varios cambios en este tema, y cada día la demanda de empresas crece, favoreciendo el campo de la industria de eventos colombianos, por que ha hecho que ésta se vuelva competitiva.

Es por esto que las instituciones buscan mejorar en el mercado y crear en el individuo una necesidad. La Corporación Universitaria Lasallista, en su programa Comunicación y Periodismo ha creado para su estudiantado una unidad de negocio, en la que se genere conocimiento, retroalimentación, aprendizaje y crecimiento personal. Está es OPC Lasallista, Operadora Profesional de Certámenes Lasallista.

La OPC fue creada por la necesidad de mejorar aquellos espacios de la comunicación organizacional, para ser más

concisos, la temática orientada hacia la "Organización de Eventos", los cuales no habían sido muy explorados y los campos de práctica por los que optaban los docentes era solo una salón de clase. Como respuesta a esta necesidad, la OPC le dio oportunidad a los estudiantes de aprender en un área de la que conocían en teoría pero no en la práctica. Realizar eventos y llevarlos a un feliz término, no es una tarea fácil. De esto se convencieron 64 estudiantes en su primera etapa de funcionamiento. Realizar contactos, ser parte de la logística, el manejo de prensa, protocolo y planeación estratégica, motivó en ellos un compromiso con la Institución, ya que representaban en todo momento lo que ésta era.

Para la Corporación, OPC ha sido muy benéfica, conformó equipos de trabajo, consolidó una unidad de negocio tanto para el alumnado como para la Institución como tal. Pero lo más importante es que les generó a los futuros Comunicadores y Periodistas, tener experiencias en estos campos que no tienen tan fácil acceso.

Ahora que se comprende la importancia de OPC para la Institución, en este Manual de Políticas y Funciones se encontrará una herramienta de apoyo para aquellas personas pertenecientes a esta área, que pretenden emprender su camino de profesional en la realización de eventos.

PRESENTACIÓN

FUNCIONES PARA ESTRUCTURAR UN EVENTO

Uno de los objetivos por los que se caracteriza OPC Lasallista, es el trabajo en equipo. Esta alianza fue formada por docentes, practicantes y alumnos. Efectivamente desde los primeros seis meses ésta dio sus primeros frutos, demostrándole a su público de lo que era capaz.

Cuándo fue desarrollado la propuesta de OPC Lasallista, se buscó una estrategia que impactara en las mentes de los estudiantes de la Institución; la idea era que vieran esta iniciativa como algo novedoso. Para hacerla enriquecedora los estudiantes además de su participación, obtienen un auxilio de transporte que les puede ayuda con los gastos propios.

Efectivamente durante los primeros seis meses en los se comenzó a constituirse OPC Lasallista, se pudo evidenciar la organización de principio a fin de un evento, ya que se instalaron normas en pro de un proceso efectivo dentro y fuera de un evento, con deseo de que los estudiantes aprendieran e hicieran parte del desarrollo y progreso de la OPC Lasallista.

Es por esto que a continuación se encontrará las funciones planteadas dentro de OPC Lasallista. (Para dejar claro, los anexos encontrados en este Manual se localizan dentro del PC de la Operadora, en la carpeta del escritorio OPC).

1. En primer lugar se debe diligenciar el formato de solicitud de servicios OPC, el cual se encuentra en la página de la Corporación universitaria Lasallista.

- Se anexa una carta, dirigida a la Coordinación de OPC, la cual expresa las características del servicio requerido.
- La carta debe estar radicada en el área de Administración documental, ubicada en el primer piso del bloque administrativo.
- Si son solicitantes externos, se puede realizar la solicitud, por vía correo electrónico a: opclasallista@lasallista.edu.co.
- Una vez diligenciado el formato se realiza una reunión para discutir y ajustar la propuesta. En ella se debe conocer por parte de la OPC elementos que sean importantes para su operación como: objetivos del evento, programación, requerimientos técnicos, hojas de vida, entre otros.

Ver anexo A: formato de solicitud de servicios OPC Lasallista. Pág.12.

Ver anexo B: carta para prestación del servicio. Pág. 14.

2. Una vez radicada la propuesta se recomienda realizar una cita, con el fin de aclarar dudas y conocer mejor las necesidades del cliente.

3. Con esta información comienza la labor del Operador Profesional. Éste debe realizar cotizaciones de: auditorios, recepción, computación, personal logístico, entre otros aspectos. Estas cotizaciones se realizan dependiendo de lo que el cliente necesite para su evento.

Ver anexo C: ejemplo de cotización. Pág. 15

4. Es importante tener claridad si el cliente requiere diseño de imagen y piezas publicitarias. Para eso se recomienda contactar a agencias de publicidad y diseño gráfico que ofrecen esos servicios. Se debe tener en cuenta que dicho servicio incrementa el presupuesto global del evento contratado.

Teniendo en cuenta esto, OPC Lasallista, tiene un contacto con la empresa publicitaria Artes y Letras; la cual presta todos los servicios de publicidad estipulados. Si el cliente desea otra agencia de publicidad se solicita de nuevo otras cotizaciones para que él pueda escoger la mejor opción.

5. Preferiblemente cada semana habrá una reunión para hacer ajustes e informar los avances, para que el cliente pueda estar al tanto del proceso de desarrollo de su evento.

En una reunión posterior, se entrega al cliente una carta donde se anexa todas las cotizaciones para que éste, tome una decisión certera. Lo ideal es que se entregue en el menor tiempo posible, ya que las cotizaciones tienen un tiempo de vigencia.

Ver Anexo D: Carta, Cotizaciones. Pág. 16.

6. Se recomienda que en la siguiente reunión ya se tenga claridad de la información, tales como: lugar definitivo del evento, hora, fecha, publicidad, cotizaciones de vuelos, cotización hoteles, recepción, entre otros.

7. Una vez definido todo los detalles de la solicitud y firmado el contrato de realización por parte de OPC Lasallista, se debe definir el procedimiento de compra para cada ítem del evento.

8. Con el recurso económico asegurado, se empieza a realizar la contratación correspondiente.

9. En forma paralela una vez aprobado y en ejecución la solicitud, se organiza el trabajo con el personal de logística. Las reuniones se efectua una vez a la semana y en ellas se definen el personal para cada una de las actividades, horarios, tareas, entre otras asignaciones previstas para el evento.
10. Cada grupo de trabajo, debe cumplir cada uno de los pasos previstos en la lista de chequeo, con lo cual eso le permite tener organizada la información.
Ver Anexo E: lista de chequeo que se utiliza en las reuniones OPC.
11. Desde la OPC se debe enviar a los docentes una carta de excusa de los alumnos que participarán en el evento. El formato debe ser diligenciado y entregado a la Coordinación del programa.

Ver anexo E: formato de permiso. Pág. 17
Ver anexo F: Modelo de cata dirigida a profesores. Pág. 18.
12. Lo más pronto posible, se realiza la visita de inspección, para que el personal logístico se apropie del espacio físico del lugar.
13. Antes de la realización del evento, al personal que va a participar se le debe entregar dotación requerida y las indicaciones pertinentes con miras al éxito de la jornada.
14. Sobre el comportamiento y la actuación del equipo logístico. Ver capítulo. Pág.
15. El procedimiento de cobro es el siguiente.
 - La empresa contratante, aprueba la cuenta de cobro que le genera OPC Lasallista.
 - A esa cuenta de cobro se le debe anexar la Rut de la entidad o la empresa.
 - Dicha papelería será entregada al departamento de Contabilidad, quienes son los encargados de generar factura de cobro por el servicio. La OPC no recibe dinero de forma directa, todo se hace desde el departamento financiero de la Corporación Universitaria Lasallista.
16. Después de terminado cada evento, se procede a la evaluación y se archivan los resultados.
17. Para finalizar la relación comercial con el cliente, una vez ejecutado el evento, se le entrega:

- Informe General del evento, que contiene:
 - Fichas publicitarias.
 - Indicadores de gestión: ingreso de invitados, recurso invertido, ganancias, nivel de satisfacción, resultado de encuestas y evaluación del evento.

PAUTAS DE PROTOCOLO OPC LASALLISTA

El protocolo es la parte más importante dentro de un evento, porque refleja de manera minuciosa la organización que se tuvo en cuenta para el desarrollo de dicho acontecimiento. Se dice que es importante, porque proyecta una imagen de la Institución de manera positiva y de gusto para la sociedad.

Hoy en día la sociedad es la que manda, es por esto que se debe establecer una buena relación y cuidar de todos aquellos detalles que puedan influir en esa opinión. Teniendo en cuenta la anterior, según la revista Protocolo.org, Beta 2.0, Protocolo y Etiqueta. "El protocolo tiene que complementarse para cubrir todas las necesidades que requiere el conjunto de actividades que tiene lugar cuando en los actos oficiales se realizan otra serie de actividades que se deben regular y organizar". La importancia de éste es tal, que genera sentido de pertenencia con la institución, ya que en todo momento la representan.

Ahora bien, teniendo definido la importancia del protocolo dentro de OPC Lasallista, a continuación se entra a definir algunas de las normas establecidas dentro de éste.

1. Presentación:

- Mujeres: si no se le asignó camiseta oficial del evento o porta la indumentaria de la OPC (chaleco, camiseta, entre otras.), su imagen debe ser sobria.
- Evite aretes, collares, manillas y adornos corporales demasiado vistosos.
- El cabello debe estar recogido si no tenerlo bien presentado.
- Se recomienda utilizar un bluyín o pantalón sastre oscuro, dependiendo de las indicaciones realizadas por el cliente.
- Los zapatos deben ir sin plataforma, cubiertos y oscuros. Si el evento lo exige, se puede usar zapato elegante o tenis.
- Hombres: si no se le asignó camiseta oficial del evento o porta la indumentaria de la OPC, su imagen debe ser sobria.

- En la medida de lo posible el rostro afeitado o si porta barba debe llevarla bien organizada.
 - El cabello debe tener un corte definido, si lo tiene largo debe estar recogido en coleta.
 - Se recomienda utilizar un bluyín o pantalón sastre oscuro, dependiendo de las indicaciones.
 - Preferiblemente el calzado debe ser zapatillas oscuras o si lo requiere el evento tenis.
2. Comportamiento:
- El personal de la OPC Lasallista debe caracterizarse todo el tiempo por su disponibilidad, amabilidad y formalidad.
 - Evite masticar chicle, fumar y consumir alimentos fuera del tiempo y espacio asignados para ello.
 - Es muy importante la puntualidad.



POLÍTICAS DE CUMPLIMIENTO OPC

En la siguiente lista, usted podrá encontrar algunas políticas de cumplimiento. Si estas no han sido diligenciadas, OPC Lasallista no puede contribuir a la implementación del desarrollo eficiente y exitoso de un evento.

1. Asegurarse que los procedimientos solicitados en los formatos estén listos.
 2. Realizar reuniones semanales con los clientes y logísticos para estar informados de cualquier situación.
 3. Estar atentos de que se cumplan las tareas asignadas a cada grupo de trabajo.
 4. Diligenciar el pago al equipo de trabajo.
 5. Realizar actas.
 6. Entregar informes solicitados por la dirección y los clientes. Mínimo ocho días hábiles de entrega.
 7. Con el fin de establecer un conteo durante los semestres, se debe realizar un consolidado de asistencia para obtener el número real de asistentes durante el semestre.
- El color amarillo representa la falta con excusa.
 - El color naranja, significa la falta sin excusa. y por último la X que significa la asistencia a la reunión.



POLÍTICAS INTERNAS DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA

Teniendo en cuenta que algunos eventos son de orden interno, se prosigue a definir las políticas internas y servicios que presta la Institución para el buen desarrollo y funcionamiento de dicho acontecimiento. En estos espacios, la persona se a pedir los formatos para diligenciarlos.

- La Coordinación de Audiovisuales facilita dentro de la Institución, salones, laboratorios, auditorios y aula máxima, entre otros. Están a disposición del público interno de la institución. La solicitud debe realizarse por medio de un formato, en el cual se debe tener en cuenta el tiempo establecido para el evento, el momento y el día. El préstamo se realiza con un tiempo anticipado.

- El laboratorio de comunicación y periodismo, facilita al público interno. cámaras, backin, laboratorio de radio y televisión, entre otros. La solicitud debe realizarse por medio de un formato, en el cual se debe tener en cuenta el tiempo establecido para el evento, el momento y el día. El préstamo se realiza con un tiempo anticipado de ocho a quince días.

- El laboratorio de alimentos fabrica una serie de productos que se encuentran a la venta para público interno y externo. La solicitud debe realizarse por medio de un formato o vía mail, en el cual se debe de tener en cuenta un tiempo establecido de 3 días de anticipación como mínimo, y las cantidades del producto.


- La unidad de servicios generales realiza asistencia en:
 - Aseo.
 - Manipulación de alimentos.
 - Silletería, vasos, mesas, manteles, entre otros.
 - Traslados.

Para hacer efectiva está ayuda, se debe establecer contacto personal y vía mail con el Jefe de servicios generales.



ANEXOS

Ver anexo A: formato de solicitud de servicios OPC Lasallista.


 O.P.C. Lasallista
 Operadora Profesional de Certámenes

SOLICITUD DE SERVICIOS PARA LA O.P.C. LASALLISTA

Ficha 001- Evento Interno

DATOS GENERALES:					
Facultad que organiza:		Programa:			
Nombre de la persona encargada:		Datos del contacto (Calle, correo electrónico, etc., según sea):			
Centro de Costos:		Firma de quien autoriza:			
Evento interno	Edificio:	Socio estratégico:			

INFORMACION GENERAL DEL EVENTO:					
Nombre del evento:					
Fecha (a) en que se realizará:			Fecha en que se solicita el servicio:		
Entrada libre:	Costo para la asistencia:	Valor de la inscripción:			
Número de asistentes que esperan:		Sitio de realización (lugar):		Aforo del lugar:	
Temáticas: <input type="checkbox"/> Académicos <input type="checkbox"/> Cultural <input type="checkbox"/> Social <input type="checkbox"/> Deportiva <input type="checkbox"/> Simposio					
Tipo de evento: <input type="checkbox"/> Congreso <input type="checkbox"/> Seminario <input type="checkbox"/> Panel <input type="checkbox"/> Foro <input type="checkbox"/> Feria <input type="checkbox"/> Rueda de negocios <input type="checkbox"/> Lanzamiento					
Otro:					



O.P.C. Lasallista
Operadora Profesional de Certámenes

PIEZAS PUBLICITARIAS – Marque con una X y especifique la cantidad

Tipo de pieza	Afiche	Regade	Pasacalle	Tarjetas invitación	Tarjetas agradecimiento	Volantes	BROCHURE	Página Web	Perdones
Cantidad									
Otro: <input type="text"/>									

DESEA QUE NOSOTROS LE COTICEMOS

Requerido	Cantidad	Para cuántos días?	Mañana	Tarde
Souvenir para conferencistas	Cantidad			
Estación de café y aromática				
Souvenir para asistentes	Cantidad			

SOPORTE LOGÍSTICO

Marque con una X lo que requiere para su evento:

Acreditación el día del evento:	Entrega de escarapeles	Entrega de souvenir (asistentes)	Recepción de invitados	Formatos de preguntas y evaluación del evento y
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Masetero de banquetas	Registro fotográfico		Registro de video:	

¿EL LUGAR DE SU EVENTO CUENTA CON?

Elemento	SI	NO	Observaciones
Video beat			
Micrófonos			
Micrófono soporta			
Alm			
Parqueaderos			

OBSERVACIONES

Estamos para asesorarles: OPCLasallista@lasallista.edu.co, - Comunicación y Periodismo
wivera@lasallistadocentes.edu.co, fabiancur@lasallistadocentes.edu.co

Ver anexo
B: carta para prestación del servicio.

Medellin, 30 de Septiembre de 2011

TATIANA SANCHEZ

OPC LASALLISTA

3012761836

opcLasallista2011@gmail.com

A través del presente documento nos permitimos solicitarles muy comedidamente apoyo con personal logístico para evento de INDEPORTES discriminado así:

A. 2 personas (1 hombre y 1 mujer) favor que la mujer sea Liseth Moreno así:
20 de octubre lugar: Auditorio Indeportes Antioquia: 7:00 am hasta 9pm
21 de octubre lugar: Coliseo UPB: 7: 30am a 6:00 pm
22 de octubre lugar: Auditorio Indeportes Antioquia: 7:30am a 1:00 pm
Pago total para cada uno por todos los días del evento: \$ 105.000
Para un total por las dos personas de: \$210000


B. 2 Personas (hombres): 20 de octubre: Auditorio Indeportes Antioquia: 9am
Se trasladarían al Coliseo de la UPB y estarían apoyándonos allí hasta las 9pm
Pago Total a cada uno: \$ 60.000
Para un total por las dos personas de: \$ 120.000

C. 8 Personas (en su mayoría hombres): Coliseo de la UPB
De 3:00 pm a 9:00 pm
Pago total a cada uno: \$ 40.000
Para un total por las 8 personas de: \$ 320.000

TOTAL DEFINITIVO: \$ 650.000

Le pido por favor me informe la forma de realizar el pago, si se haría directamente a la OPC LASALLISTA favor enviar cuenta de cobro indicando el numero de la cuenta al cual se debe realizar dicho pago.

Ver anexo C: ejemplo de cotización.



Medellin, Octubre 24 de 2011

Señora
 Tatiana Sánchez
 Ciudad
 Medellin

Cordial saludo,

Les agradecemos el considerar nuestros servicios para desarrollar la producción de la siguiente pieza.

En MILK GRAPHICS evaluamos cada proyecto detenidamente y proponemos las soluciones integrales más adecuadas para sus metas. Por ello nos complace presentar a usted la siguiente cotización, basada en sus requerimientos y nuestra experiencia.

DESCRIPCIÓN	MEDIDAS cm	CANTIDAD	COSTO TOTAL
• CERTIFICADO EN PROPALCOTE 240, IMPRESO POR 1 CARA, MEDIA CARTA, REFILADOS	½ CARTA	400	\$ 340.000
• CERTIFICADO EN PROPALCOTE 240, IMPRESO 1 CARA TAMAÑO CARTA, REFILADOS	CARTA	400	\$ 1.000.000
• ESCARAPELAS EN OPALINA O PROPALCOTE, CON BOLSILLO PARA CADA UNA Y CORDON	9X14	500	\$ 1.196.960

Ver Anexo D: Carta, Cotizaciones.

Caldas, 15 de septiembre 2011

Administradora de Empresas Agropecuarias
MARCELA VALENCIA ESPINAL
Jefe Clínica Veterinaria Lasallista
Corporación Universitaria Lasallista

Asunto: cotización refrigerios y personal requerido

Cordial saludo.

La Operadora Profesional de Certámenes Lasallista (OPC) tiene el gusto de presentarles las propuestas a los requerimientos planteados por ustedes para la realización del I Seminario todos unidos por la vida y el bienestar a los animales, a realizarse el 4 al 6 de octubre de este año.

Esperamos que sea de su interés y estaremos atentos a sus inquietudes y sugerencias.

Atentamente,


TATIANA BETANCUR
Coordinadora
opc.lasallista@lasallista.edu.co

Recibido
Sebastián López U.
Sept 15.


WILMAR VERA
Coordinador

Anexo E: formato de permiso.

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA	
DIRECCIÓN DE DESARROLLO HUMANO Y BIENESTAR UNIVERSITARIO	
SOLICITUD DE PERMISO LABORAL	
FECHA DE SOLICITUD: □	_____
FECHA DEL PERMISO: □	_____
NOMBRE DEL EMPLEADO: □	_____
UNIDAD: □	_____
MOTIVO: □	_____
TIEMPO REQUERIDO	_____
HORA(S) (---) DIA(S) (---)	DE: □ _____ A: □ _____
FIRMA DEL SOLICITANTE: □	_____
Y B. JEFE(S) INMEDIATO(S): □	_____
<p style="text-align: center;">AUTORIZACIÓN</p> <p style="text-align: center;">División de Desarrollo Humano y Bienestar Universitario SÍ/NO PERMISO POR DÍAS _____</p>	

Anexo G: cuenta de cobro realizada por OPC Lasallista.

LA CORPORACION UNIVERSITARIA LASALLISTA
NIT: 890.984.812-5

DEBE A:

Cédula, ID, Carne de Identidad o Tarjeta de Ciudadanía
Dirección
Número telefónico

La suma de US\$XXXXXX (XXXX dólares americanos), por concepto de video conferencia sobre (TEMATRATADO), que se realizó el día XX de noviembre de 2011 desde la ciudad de XXXXXXXXXXX.

Autorizo que el dinero sea consignado en mi cuenta N° _____ del Banco XXXXXXXXXXXX. Código Swift XXXXXXXXX, Lodigo ABA XXXXXXXXX.

HUJA:
(Enviar por favor registro tributario con que aparece en la respectiva oficina de impuestos).

Atentamente,

Teléfono
Correo electrónico