**Guion para desarrollo de contenidos**

**Datos de identificación del programa de formación**

| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Producción de eventos masivos |
| --- | --- |

| COMPETENCIA | 250102020 - Diseñar espectáculos escénicos de acuerdo con técnica y normativa | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 250102020-1. Caracterizar evento según naturaleza, requerimientos y objetivos del cliente. |
| --- | --- | --- | --- |

| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 01 |
| --- | --- |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Caracterización de eventos |
| BREVE DESCRIPCIÓN | Para la planeación de un evento es necesario tener claridad sobre cuál será su propósito y el público al cual va dirigido, esto obliga a caracterizar el evento determinando si es empresarial, cultural, social o deportivo, entre otros, con el fin de establecer una buena técnica de comunicación y dar cumplimiento al objetivo estipulado. |
| PALABRAS CLAVE | Eventos, comunicación, espectáculo, información, normatividad. |

| ÁREA OCUPACIONAL | 6 - VENTAS Y SERVICIOS |
| --- | --- |
| IDIOMA | Español |

TABLA DE CONTENIDOS

**Introducción**

1. Naturaleza y tipología de eventos.
2. Tendencias de eventos: diseño y tecnología.

2.1. Eventos híbridos.

2.2. Eventos digitales.

1. Técnicas de comunicación.
2. Recolección de información primaria.

4.1. Técnicas de recolección.

4.2. Instrumentos de recolección.

1. Marco legal de los eventos.

**INTRODUCCIÓN**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Bienvenido querido aprendiz, En este componente formativo tendrá la oportunidad de conocer los conceptos básicos pero esenciales, que le introducirán al mundo de los eventos, su organización y proyección dentro del mercado, con el fin de que reconozca la actividad como una empresa más en el sector de comercio y servicios en Colombia. Lo invitamos a ver el siguiente vídeo en donde podrá ampliar la temática que va a estudiar y la importancia de su formación como organizador de eventos. Le deseamos muchos exitos en este proceso de aprendizaje. |

**GUION DE VÍDEO INTRODUCTORIO**

| **Tipo de recurso** | Vídeo spot animado | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **NOTA** | **La totalidad del texto locutado para el vídeo no debe superar las 500 palabras aproximadamente** | | | |
| **Título** | Origen e importancia de la realización de eventos | | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Sonido** | **Narración (voz en off)** | **Texto** |
| **1** | imagen referencia:  Diseñar un personaje (avatar) que será el organizador de eventos (ver imagen mujer), este inicia el video dando instrucciones a la otra persona, de repente se percata del aprendiz y se dirige a este, narrando la información del voz en off, al fondo se podrá ver un escenario de montaje de evento similar a la imagen el ejemplo | Música instrumental suave en todo el vídeo. | Para diseñar un espectáculo escénico de acuerdo con técnicas y normativas en las que se destaque profesionalmente, debe conocer algunos aspectos del origen de los eventos y otras particularidades técnicas importantes para tener en cuenta para la realización de estos. |  |
| **2** | Imagen de referencia El personaje (organizador de eventos) sigue hablando mientras se proyecta la siguiente imagen (recrear banquete griego, imagen no está libre de derechos de autor) |  | Hablar de los eventos nos remonta al año 2700 A.C, cuando se reunían varias personas en torno al comercio, la cultura y los deportes. Los griegos, y posteriormente sus herederos romanos, organizaban eventos que se clasifican por su naturaleza, tipología e interés entre las culturas y pueblos. |  |
| **3** | El personaje (organizador de eventos) sigue hablando mientras camina por la escena del evento inicial (escena 1), se detiene para resaltar las palabra “líder) , el personaje deberá señalar la palabra una vez aparezca en pantalla |  | Este componente formativo le permitirá desarrollar y fortalecer su perfil dentro de la industria de los eventos como líder en la organización de estos, reconociendo en detalle su naturaleza y generando acciones y estrategias comunicativas que cumplan con el objetivo propuesto. | Líder |
| **4** | Crear escena según comentario  Personaje continúa narrando, aparece la imagen de un evento organizado, en el que se destacan la decoración y montaje, los invitados, la comida.. Similar a la imagen de referencia |  | Entre los aspectos que se deben tener en cuenta como organizador de eventos, se destaca el conocer muy bien la necesidad del cliente o sector que lo está solicitando, recoger información o datos que permitan analizar la viabilidad del objetivo propuesto, definir un público objetivo analizando las estrategias de comunicación asertiva para reunirlos y que el evento cumpla con sus intereses y expectativas.  De la mano con lo anterior, se debe desarrollar una adecuada planeación usando todas las herramientas necesarias para asegurar que cada detalle de la actividad se encuentre cubierta y se pueda realizar tanto en forma puntual como con excelencia, adicionalmente es importante definir si el evento se desarrollara de forma presencial, como un evento hibrido o totalmente virtual, para tener mayor claridad en la planeación y adecuación de las condiciones, logrando un desarrollo exitoso. | Necesidades del cliente  Objetivo propuesto  Público objetivo  Estrategias de comunicación  Adecuada planeación  cumplimiento de intereses y expectativas |
| **5** | personajes de la imagen, haciendo el chequeo de diferentes aspectos, mientras el personaje principal, (organizador de eventos) los ve y continúa su narración. |  | Como todo tipo de proyecto a realizar, un evento se debe evaluar para considerar las acciones de mejora continua, sobre los imprevistos e inconvenientes presentados, con el fin de evitarlos en próximas oportunidades. Para esto es importante tener en cuenta las diferentes fuentes de información e instrumentos de recolección como encuestas, entrevistas, entre otros, las cuales se usan para recolectar datos que permitan analizar tanto la satisfacción del cliente como el logro de los objetivos y establecer las estrategias que se deben implementar en futuras ocasiones.  Es importante resaltar que la recordación y el eco que los invitados tengan y hagan del evento, es uno de los indicadores de mayor importancia dentro de la evaluación de este, sin desconocer la necesidad de definir herramientas y parámetros claros y precisos que permitan evaluar el cumplimiento del plan de trabajo establecido. | Evaluación:  Cumplimiento objetivo  Cumplimiento del plan de trabajo propuesto.  Satisfacción del cliente |
| **6** | Mostrar imagen escena 1, con el personaje organizador del evento y un cliente, mientras el habla y se dan la mano sonriendo, mostrando conformidad con un trato cerrado. |  | En cuanto a la comercialización y costo de este tipo de actividades, se debe basar en la política de negociación gana - gana, es decir, quien contrata el evento debe ganar con la excelencia que se desarrolle y el cumplimiento del objetivo planteado a partir de la rentabilidad en la inversión hecha. Por su parte, el organizador (independiente de si es persona natural o jurídica) debe ganar con una remuneración justa por su servicio, considerando las bases legales, sin excederse en los costos y desarrollando un trabajo con honestidad y profesionalismo que permita su proyección en el mercado. | Negociar bajo el principio de “gana- gana” |
| **Nombre del archivo** | 623800\_v1 | | | |

**DESARROLLO DE CONTENIDO**

1. **Naturaleza y tipología de eventos**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Para reconocer la naturaleza y tipología de los eventos es necesario definir qué es un evento, debido a que existen variedad de enfoques de este término.  Si lo definimos como un acontecimiento que se organiza en forma detallada, comenzando con la investigación y análisis sobre el objetivo de este, la planeación, la ejecución y evaluación, estamos enmarcándonos en aquellos eventos que por su naturaleza buscan dinamizar un mercado, establecer una cultura u ofrecer esparcimiento a una población.    Con base en lo anterior, en esta primera parte se vera el enfoque y concepto de lo que es un evento, sus características, tipología, cómo es su naturaleza acorde al público, la geografía, su actividad, complejidad y aforo.  **¿Pero qué son los eventos?**  Los eventos son acontecimientos que se organizan de acuerdo con un objetivo o interés que congrega a varias personas, quienes se encuentran como afines en un lugar y tiempo determinado, ya sea para dinamizar el comercio, la industria, el intercambio social y la cultura general. También abarcan actividades que permiten posicionar y promocionar empresas o marcas. |

| **Tipo de recurso** | Infografía estática |
| --- | --- |
| **Texto introductorio** | .**Algunas de las características de los eventos son:** |
| (elaboraciòn propia, favor crear una similar mejorada, se anexa original al componente. ) | |
| **Código de la imagen** | 623800\_i1 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Son muchas las tipologías de los eventos y varían dependiendo del objetivo que se plantee de los mismos. Existen eventos, deportivos, culturales, sociales, empresariales, académicos, políticos, religiosos, militares, diplomáticos y cada uno de estos cuenta con una diversidad de eventos en sí mismos que exigen un protocolo y una organización en detalle, por ejemplo, uno empresarial puede ser netamente comercial o de capacitación, y sigue siendo de la línea empresarial. |

| **Tipo de recurso** | Pestañas o tabs horizontales | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Según su tipología, los eventos puede clasificarse así: | |
| **Según el público.** | De acuerdo con la naturaleza de los eventos (ferias, festivales, congresos, torneos, exhibiciones carnavales, conciertos, funciones teatrales, simposios, conservatorios, debates, conferencias), se tiene un tipo de público, a saber:   * **Específico:** Es aquel que es afín, con el mismo interés y va enfocado en cumplir con el objetivo en forma precisa**.** * **General:** Este asiste al evento por curiosidad, no busca cumplir específicamente con ningún objetivo, solo les atrae el evento, pero es muy superficial en su participación. * **Casual:**  Es aquel que asiste porque otro lo invita, llega por pura ¨casualidad¨, no están involucrados pero llegaron al evento**.** * **Accidental:** Se trata de quienes vieron el evento y se involucraron solo porque pasaba cerca de él, no fueron invitados y sin darse cuenta participaron**.** | Imagen: 623800\_i2 |
| **Según el ámbito geográfico.** | Al referirnos al ámbito geográfico estamos ubicándonos dentro del territorio en que pueden desarrollar los eventos, en ese caso podemos hablar de su ámbito internacional, nacional o local.   * **Internacional:** La cobertura del evento se extiende a varios países y sus invitados también son de varias naciones de la tierra. * **Nacional:** Se ubica en un país en específico y su objetivo va dirigido a unos invitados de esa misma nacionalidad. * **Local:** Este evento se ubica en una ciudad o lugar específico del país y sus invitados también son de esa misma localidad**.** | Una multitud de gente  Descripción generada automáticamente con confianza media  Imagen: 623800\_i3 |
| **Según la actividad.** | Es importante resaltar que todos estos eventos se basan en una actividad, ya sea económica o social cultural.   * **Sociales:** dirigidos a un público específico, donde solo asisten los que fueron invitados**.** Podemos referirnos a matrimonios, cumpleaños, graduaciones y todos aquellos que reúnen a la familia y amigos a conmemorar o celebrar un acontecimiento. * **Convenciones:** a este tipo de eventos asisten aquellas personas invitadas e interesadas en tratar un tema específico y bien sean con o sin ánimo de lucro, en las que es factible resaltar: convención de negocios que busca cerrar ventas y acuerdos, convención benéfica que busca beneficiar algo y recauda dinero o una convención internacional, donde la asistencia es de personas de diferentes países. * **Deportivos:** eventos locales, nacionales e internacionales donde existe una competencia en torno a una actividad física, demostrando habilidades y fortalezas con el fin de obtener un reconocimiento, bien sea en medallas, trofeos o económico. Aquí se encuentran los juegos olímpicos, campeonatos de fútbol, tenis, natación y cada uno de los deportes. De igual forma, algunas marcas deportivas buscan posicionarse, atraer más clientes o promocionarse. * **Espectáculos:** son *show*s o actuaciones en público donde se hace una muestra artística en un escenario de espacio abierto o cerrado, cuyo objetivo es distraer, divertir a los espectadores, dentro de los espectáculos encontramos las obras de teatros, los conciertos musicales, recitales, comedias e incluso las acrobacias que se presentan en los circos. * **Empresariales:** las empresas los realizan como estrategia de marketing para promocionar o fortalecer un producto o servicio y así captar nuevos clientes y posicionar más la marca. * **Culturales:** estos se desarrollan con el fin de dar a conocer o afianzar temas culturales, folclóricos o artísticos de una región. En estos también encontramos lo relacionados con el arte, como exposiciones de pinturas, arte y danza.   Adicionalmente mencionamos algunos que se encuentran dentro de su clasificación:   * **Congresos:** es la reunión de un grupo de colegas, con intereses comunes, de diferentes lugares, donde exponen temas relacionados con su profesión, estos se desarrollan periódicamente y pueden ser congresos científicos, académicos, culturales, artísticos o tecnológicos. * **Seminarios:** son principalmente académicos, donde se cuenta con uno o varios invitados especializados que abordan un tema específico. Su duración es de más de un día. * **Simposios:** está integrado por expertos, donde se realiza intercambio de conocimientos entre expositores. * **Conferencias:** su objetivo es difundir conocimientos por medio de una exposición con un invitado especial sobre un tema de interés para el público, se pueden dar conferencias de tipo empresarial, social, político, familiar, emocional, ambiental o económico. * **Ceremonias:** son eventos formales que implica una celebración o festejo y que se llevan a cabo bajo unas normas o tradiciones.   Para complementar el tema, por favor leer el Anexo 1: Tipología y clasificación de los eventos, de la Fundación Universitas. | Imagen: 623800\_i4 |
| **Complejidad y aforo** | La complejidad de un evento se ve traducida en aquel que aglomera mucho público y por su comportamiento manifiesta situaciones amenazantes, bien sean factores externos o internos, así como las condiciones o el lugar donde se desarrolla el evento. Estos factores se unen en ocasiones a variables no controlables de origen natural que puedan generar una situación no prevista.  **El aforo** es el número de personas autorizadas para estar en un lugar determinado o participar en un evento. Este se considera así:  **Pequeño:** 2 a 99 personas.  **Mediano:** 100 a 500 personas.  **Grande:** 501 a 1000 personas.  **Masivo:** Más de 1000 personas**.** | Imagen: 623800\_i5 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Para ampliar el tema observe el siguiente vídeo sobre los tipos de formatos para eventos: Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA. *Tipos de formatos para eventos.* <https://youtu.be/Tyu8s3GEMuo> |

**2. Tendencias de eventos: diseño y tecnología**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Las tendencias y diseños de los eventos han venido evolucionando de la mano con la globalización y la tecnología, de tal forma que si antes se diseñaban solo eventos presenciales, hoy se han mezclado con las redes sociales y las aplicaciones que permiten de forma más global llegar a todos los rincones de la tierra, dinamizando diseños, logística y permitiendo la participación de los que buscan por afinidad este tipo de espacios para compartir sus intereses. |

| **Tipo de recurso** | Tarjetas Avatar | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | A continuación se explican las características de los eventos híbridos y digitales. | |
| **2.1. Eventos híbridos.**  Tipo de evento interactivo donde se mezcla la virtualidad con lo presencial, dando lugar a la participación, el crecimiento, el comercio electrónico que une la venta y el cierre de venta y filtrando lo digital con lo presencial. De igual forma, favorece el encuentro con individuos en todos los puntos de la tierra fortaleciendo las redes sociales, académicas y deportivas creadas con este fin.  Ventajas:   * Mayor alcance y cobertura porque permite la conectividad de personas de diferentes locaciones. * Los costos para el desarrollo de estos eventos no son muy elevados y beneficia a los organizadores, participantes e invitados. * Mayor audiencia nacional e internacional. * Mayor impacto en redes sociales. * Facilidad de conexión desde un móvil, un portátil, una Tablet, PC, entre otros. | | Imagen que contiene claro  Descripción generada automáticamente  **Imagen:** 623800\_i6 |
| **2.2. Eventos digitales.**  Este es un evento que es netamente digital o virtual donde todo se realiza por medio tecnológico. Han tomado mucha fuerza en estos últimos años, otorgando beneficios como reducción de costos en la producción de los eventos.  Una logística que facilita el encuentro con una plataforma inmersiva y eficiente con menor impacto en el medio ambiente, rompiendo todas las barreras geográficas existentes para llevar el mensaje sin un límite a menos que este sea exigible y midiendo el impacto del evento de forma más confiable.  Este tipo de evento por ser digital abre las oportunidades a la creatividad y a la innovación por su versatilidad y constante desarrollo tecnológico.  Ventajas:   * Mayor alcance y cobertura. * Disminución de costos. * Su planeación es mucho más fácil y en menor tiempo.   Le invitamos a consultar en el material complementario una guía completa para eventos virtuales inmersivos 3D. | | Dibujo de una persona  Descripción generada automáticamente con confianza media  **Imagen:** 623800\_i7 |

**3. Técnicas de comunicación**

| Cuadro de texto |
| --- |
| La comunicación es la base de todo evento por esto es necesario conocer desde sus elementos, tipos, el lenguaje verbal, no verbal, la comunicación asertiva y la programación neurolingüística. Cabe resaltar que en la actualidad, sirviéndose de la virtud de la tecnología, los eventos se realizan con diferentes tipos de comunicación haciendo de algunos ellos la manifestación de la creatividad y de la innovación.    Existen algunos elementos en la comunicación sin los cuales no se podría producir, cada uno cumple un papel fundamental en la misma. |

| **Tipo de recurso** | Acordeón tipo 1 |
| --- | --- |
| **Introducción** | dentro de dichos elementos, encontramos: |
| Imagen: 623800\_i\_8 | |
| **Emisor:**  Este es el encargado de expresar o emitir el mensaje**.** | |
| **Receptor:**  Es quien recibe el mensaje**.** | |
| **Código:**  Son las señales o signos que forman el mensaje. | |
| **Mensaje:**  Lo que se quiere expresar. | |
| **Canal de comunicación**:  El medio por donde se manifiesta el mensaje. | |
| **Ruido:**  Lo que interfiere y distorsiona el proceso de **comunicación**. | |
| **Retroalimentación**:  Respuesta de quien recibe el mensaje**.** | |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Le invitamos a ver el siguiente video Elementos de la comunicación <https://youtu.be/rM4nZhhn3v8>, para que tenga mayor claridad en cada uno de ellos.  Ahora bien, los tipos de comunicación tienen dos subcategorías: verbal y no verbal, estas condicionan la forma en que puede realizarse un evento, bien sea híbrido o digital. |

| **Tipo de recurso** | Tarjetas Avatar | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | A continuación se presentan las características de la comunicación verbal, no verbal además del concepto de comunicación asertiva y programación neurolingüística: | |
| **Lenguaje no verbal**  Como su nombre lo indica es donde la forma de comunicarse no verbaliza, es decir que se expresa a través de gestos, señales, signos y en las posturas corporales y manifestaciones gestuales, ya sea en una mirada o expresión del rostro.  Este tipo de lenguaje también se conoce como quinésica, en donde los movimientos corporales o gestuales como la mirada, expresan sin verbalizar. | | Conjunto de expresiones faciales cómicas  **Imagen** 623800\_i9 |
| **Lenguaje verbal**  El lenguaje verbal es aquel que se expresa con palabras, en este encontramos el lenguaje escrito y el oral, como los mensajes del texto en cualquier medio electrónico o las llamadas telefónicas.  Esta manifestación del lenguaje verbal se evidencia a través de signos para expresar sentimientos, emociones, pensamientos.  Se puede utilizar para intercambio de conocimientos es decir que es vital en la educación, es decir, enseñanza- aprendizaje, como también en la interacción con las otras personas. | | Una caricatura de una persona  Descripción generada automáticamente con confianza media  **Imagen:** 623800\_i10 |
| **Comunicación asertiva**  La comunicación asertiva se fundamenta en la forma como se puede expresar un mensaje en forma adecuada quitando todo tipo de tonos sarcásticos, palabras de reproche o acusación que deterioran la comunicación. Esta es una habilidad que se manifiesta en algunos individuos, los cuales saben expresar su punto de vista y escuchar el de los otros sin entrar en controversia  Al hablar de asertividad nos referimosa expresar a otro las emociones y pensamientos en forma correcta para que haya una fluidez entre el emisor, el receptor y el resultado de este proceso comunicativo lleve a términos de acuerdo de entendimiento y reconciliación en caso dado. | | **Imagen:** 623800\_i11 |
| **Programación neurolingüística**  Es conocida como **PNL,** la cual piensa en forma efectiva a través de técnicas, habilidades y modelos con base en estructuras lingüísticas, patrones de comportamiento, mapas mentales de aquellas personas que han llegado a la excelencia en su campo, es decir, trabajadores con éxito.  El **PNL** marca patrones organizativos en el pensamiento para que se llegue a la excelencia enmarcando a la persona en una forma de ser y de pensar, imitando a otro que ya tuvo éxito. Se refiere a **Neuro** dado que toman las experiencias de vida como base para crear patrones y **Lingüística** dada la traducción a un lenguaje para dar a conocer las impresiones que rigen los sentidos y estos dos momentos se toman para realizar una **Programación** de la cual resultan patrones de comportamiento y marcos de conducta que organizan las ideas y define los comportamientos para lograr imitar el éxito. | | **Imagen:** 623800\_i12 |

**4. Recolección de información primaria**

| Cuadro de Texto |
| --- |
| Como en todos los sectores de la producción, en los eventos que pertenecen al sector de comercio y servicios, es necesario realizar una investigación previa para que se logre determinar con base en el objetivo de este. Este debe llenar las expectativas del público, sino que se cuente con el impacto necesario, para ello, es importante realizar una recolección de datos primarios con los cuales se realiza un análisis y se nutre, se dinamiza para que se logre lo propuesto. Con base en esto analizaremos las técnicas de recolección de información, instrumentos de recolección de datos y procesamiento de la información.  En el siguiente vídeo se profundiza un poco más sobre la recolección de información. Ecosistema de Recursos Educativos digitales SENA. *Recolección de la información.* <https://youtu.be/D_ltPN5Akvo> |

**4.1. Técnicas de recolección**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Las técnicas de recolección nos hablan de recoger una serie de datos para realizar un estudio previo con base en un objetivo propuesto, analizar la información obtenida de primera mano para planear un evento de cualquier naturaleza, buscando que su ejecución no quede detalle suelto y se logre con éxito lo propuesto. |

| **Tipo de recurso** | Infografía interactiva Punto caliente | |
| --- | --- | --- |
| **Texto introductorio** | Existen algunas técnicas de recolección de información para este primer análisis, el cual representa la base del evento. Estas son: | |
| Crear una imagen similar al ejemplo, ambientada en una cafetería. las personas en las mesas de acuerdo con su posición tendrán un punto caliente cada mesa y personaje debe tener las siguientes características:  punto 1: la persona debe tener un celular y mostrar que está diligenciando una encuesta en línea,  punto 2: una de las personas en la mesa debe tener una agenda y bolígrafo, simulando estar tomando nota de la entrevista a la otra persona.  punto 3: la persona está leyendo un diario, a su lado poner varios libros y revistas.  punto 4: la persona está observando a las personas que interactúan en el *counter* de comidas, por tanto si se puede, mostrar un efecto de acercamiento de lo que está observando y que al lado salga la explicación de este punto. | | |
| **Código de la imagen** | 623800\_i13 | |
| **Punto caliente 1** | **Encuesta:**  Utiliza los cuestionarios previamente establecidos como medio para acercarse a las unidades de observación, existen variedad de encuestas para aplicar bien sean: telefónicas, correo, personal u online. | Punto 1 |
| **Punto caliente 2** | **Entrevista:**  Esta técnica permite una interrelación o diálogo entre el entrevistador y el entrevistado, las cuales pueden ser: entrevista asistemática o libre, estructurada, focalizada, simultánea o sucesiva**.**  Equipo QuestionPro.*Métodos y técnicas de recolección de datos más efectivos.* QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/metodos-de-recoleccion-de-datos/> | Punto 2 |
| **Punto caliente 3** | **Análisis documental**:  Esta técnica acude a fuentes secundarias como libros, periódicos, folletos, revistas o boletines. Para recoger información sobre variables de intereses utiliza un instrumento que son las fichas de registro de datos. | Punto 3 |
| **Punto caliente 4** | **Observación:** esta puede ser  No experimental.Es una técnica que se utiliza para profundizar lo observado y el comportamiento que se dio en la exploración, por ejemplo: estudiar el impacto que tuvo el evento en los participantes cogiendo una pequeña muestra y aplicando una guía de observación.  **Experimental:** es diferente esta técnica a la observación no experimental ya que en ella elabora datos en condiciones controladas por quien está realizando la investigación, pudiendo manipular las variables, aunque también utilice el registro de datos. | Punto 4 |

**4.2 Instrumentos de recolección**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Entre los instrumentos de recolección que más se utilizan están cuestionarios y escalas de actitudes. Estos instrumentos se construyen con base en preguntas que se sujetan a las variables de medición, estas preguntas son construidas de acuerdo con el objetivo de la investigación. |

| **Tipo de recurso** | Tarjetas Avatar | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | a continuación se determinan las características de cada uno de ellos: | |
| **Cuestionarios**  Está destinado a recoger, procesar y analizar información por medio de preguntas aplicadas a poblaciones muestra para obtener datos que permitan el análisis del objetivo de la investigación. | | Un dibujo de una niña  Descripción generada automáticamente con confianza media  **Imagen** 623800\_i14 |
| * **Escala de actitudes**   Se encarga de medir la escala de actitud de la población muestra en forma objetiva, de acuerdo con una escala de valores cuantitativos que mide el grado de aceptación o rechazo con base en el objetivo propuesto. | | Dibujo animado de un personaje animado  Descripción generada automáticamente con confianza media  **Imagen:** 623800\_i15 |

| **Cuadro de texto** |
| --- |
| **Procesamiento de la información**  Es la transformación de los datos recolectados para hacerlos comprensibles por medio de gráficos, tablas o documentos, entre otros, para quienes realicen el estudio para tomar decisiones y crear estrategias de acuerdo con el objetivo propuesto.  Para que este procesamiento de datos sea efectivo es necesario que la información esté actualizada y en óptimas condiciones, para ello se debe hacer una limpieza de los datos para que al procesarlos se cuente con los datos que verdaderamente sirven y dan confiabilidad. |

**5. Marco legal de los eventos**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Considerando que los eventos y espectáculos tienen consigo un gran compromiso social, es importante conocer el marco legal de los mismos, donde se busca garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes de las personas, como también establecer una normativa que permita el desarrollo de los eventos o espectáculos con homogeneidad, facilitando su gestión y ejecución y a su vez proporcionando seguridad humana y condiciones de igualdad para todo tipo de evento a partir de su naturaleza y tipología. |

| **Tipo de recurso** | Video spot animado | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **NOTA** | **La totalidad del texto locutado para el video no debe superar las 500 palabras aproximadamente** | | | |
| **Título** | **Marco legal de los eventos** | | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Sonido** | **Narración (voz en off)** | **Texto** |
| **1** | se requiere construir una escena en donde el personaje organizador de eventos va caminando de izquierda a derecha mientras va narrando el texto, él va por una calle, al fondo van pasando escenarios de diferentes eventos como: una iglesia con un matrimonio una convención en un hotel (que salga un letrero de hotel y uno de la conferencia por ejemplo "Convención anual de contadores") y gente entrando al lugar, un estadio con un evento deportivo (partido de fútbol) y que se vea de lejos el movimiento de las tribunas..(ola), un desfile tipo carnaval pasando por la vía. | sonido suave instrumental de fondo en todo el video | Todos los eventos deben cumplir con la normatividad vigente, por tanto las empresas deben tener en cuenta el marco legal donde el ente organizador del evento o espectáculo deben acatar los requerimientos de ley, y contar con el respaldado de algunos organismos como la Policía Nacional, el Sistema Nacional de Riesgos y Desastres, la cruz roja o defensa civil, entre otros, en caso de que la actividad presente aglomeraciones; esto con el fin de tomar medidas preventivas frente a cualquier situación inesperada.  Por esta razón dentro de todo el proceso de planeación del evento se debe tener muy claro cuál será el plan de acción y la normatividad para cumplir, y de esta forma solicitar con antelación los permisos necesarios para su ejecución. Tenga en cuenta que, de acuerdo con la tipología del evento, se pueden requerir autorizaciones específicas, bien sea regionales, locales o del espacio público. Por ejemplo, para el caso de la ciudad de Bogotá, se debe tramitar un permiso para espectáculos públicos diferentes a las artes escénicas, tales como ferias artesanales, desfiles de moda, circos con animales, atracciones mecánicas, entre otros, diligenciado un formulario que se encuentra en la página<https://www.gobiernobogota.gov.co/transparencia/tramites-servicios/permiso-espectaculos-publicos-diferentes-las-artes-escenicas>, allí se específica todos los requisitos necesarios para obtener dicho permiso y llevar a cabo el evento. | Solicitar los permisos necesarios |
| **2** | En esta escena aparecen los grupos de organismos requeridos como: Policía nacional, defensa civil, cruz roja |  | De igual forma existe un Plan Nacional de Emergencia y Contingencia para eventos masivos el cual está fundamentado en varios decretos y leyes que buscan que todo tipo de evento o espectáculo sea desarrollado en paz, basándose en la Constitución Nacional y las diferentes leyes que regulan y establecen la seguridad de los ciudadanos. | Contar con el respaldo de los organismos necesarios. |
| **3** | crear escena en donde se vea una evacuación organizada de un evento, con los miembros de algún organismo de socorro orientando. |  | Este plan de Emergencia y contingencia se deriva del plan nacional para la prevención y atención de desastres el cual es fundamental en el desarrollo de espectáculos y eventos masivos ocasionales o consuetudinaria que convocan afluencia masiva de público. | Contar con un plan de emergencias y contingencias |
| **4** | Mostrar un evento en desarrollo (conferencia) y el organizador de eventos con su tabla, chuleando su check list. con sonrisa del deber cumplido. |  | Cabe también mencionar que existe la Norma Técnica Sectorial NTS\_OPC 001 que establece los requisitos de calidad que deben cumplir los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones, en la cual se vela por la calidad del evento y las garantías de que su organización, planeación, ejecución y evaluación se haga con la exigencia plena para cumplir con las expectativas de los clientes | Norma Técnica Sectorial NTS\_OPC 001: Requisitos de Calidad |
| **5** | Aparece el personaje organizador de eventos mientras va narrando y con una pizarra, corcho, tablero o presentación, en donde se ven los nombres de los decretos y normas mencionados, los cuales van apareciendo según se mencionan. |  | Con base en lo anterior le invitamos al espacio de materiales complementarios donde encontrará estos decretos, leyes y normativas con más detalle.  **Decreto 1276 de 2020:** Por el cual se reglamentan y desarrollan los artículos [132](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=103352#132) a [136](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=103352#136) del Decreto Ley 2106 de 2019, referentes a la simplificación de trámites y requisitos para la realización de espectáculos públicos de las artes escénicas, y se dictan otras disposiciones.  **Decreto 3888 de 2007:** Por el cual se adopta el Plan Nacional de Emergencia y Contingencia para Eventos de Afluencia Masiva de Público y se conforma la Comisión Nacional Asesora de Programas Masivos y se dictan otras disposiciones.  Norma Técnica Sectorial **NTS** – **OPC 001**. Operación de Congresos, Ferias y Convenciones. E**stablecer** los requisitos de calidad **que** deben cumplir los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones **OPC**. | **Decreto 1276 de 2020**  **Decreto 3888 de 2007**  Norma Técnica Sectorial **NTS** – **OPC 001**. |
| **Nombre del archivo** | 623800\_v2 | | | |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Para un estudio completo del tema, recuerde explorar todos los recursos que se encuentran disponibles en este componente formativo, y que encuentra en el menú principal, tales como material complementario, actividad didáctica, glosario, entre otros. |

**SÍNTESIS**

| **Tipo de recurso** | Síntesis |
| --- | --- |
| Nombre del programa de formación: Producción de Eventos Masivos  Síntesis: Caracterización de eventos | |
| **Introducción** | Estimado aprendiz a continuación podrá visualizar una síntesis de este componente formativo que muestra las ideas principales y los temas desarrollados. |
| Diagrama  Descripción generada automáticamente | |

**ACTIVIDAD INTERACTIVA**

| **Tipo de recurso** | Actividad didáctica. Arrastrar y soltar | |
| --- | --- | --- |
| A continuación encontrará una actividad que le permita establecer la comprensión de algunos conceptos desarrollados en el componente formativo: | | **Imagen:** 623800\_i16 |
| Acontecimientos que se organizan de acuerdo con un objetivo o interés que congrega a varias personas. | | Eventos |
| Se expresa a través de gestos, señales, signos y en las posturas corporales y manifestaciones gestuales, ya sea en una mirada o expresión del rostro | | Lenguaje no verbal |
| Este es un tipo de evento interactivo donde se mezcla la virtualidad con lo presencial dando lugar a la participación al crecimiento al comercio electrónico que une la venta y el cierre de venta filtrando lo digital con lo presencial. | | Eventos Híbridos |
| Son los eventos que se ubican dentro de un territorio donde puede desarrollarse. | | Según el ámbito geográfico |
| Según el público, el ámbito geográfico, la actividad, complejidad y aforo. | | Tipología de los eventos |

RETROALIMENTACIÓN

**Correcto:**

Has demostrado claridad en los conceptos relacionados con la caracterización de los eventos, se evidencia la apropiación del conocimiento. ¡Felicitaciones!

**Incorrecto:**

No ha obtenido los mejores resultados, le invitamos a estudiar un poco más el material de formación para que así pueda afianzar más los conocimientos relacionados con la caracterización de los eventos ¡Vamos a mejorar!

**MATERIAL COMPLEMENTARIO**

| **Tipo de recurso** | **Material complementario** | | |
| --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del material. | tipo | Enlace |
| Tipología de los eventos | Fundación Universitas. (Sin fecha). *Tipología y clasificación de los eventos*. Fundación Universitas. | Documento | https://rrppfu.files.wordpress.com/2012/08/lectura-nc2ba-2-1-tipologia-y-clasificacic3b3n-de-los-eventos.pdf |
| Tipología de los eventos | Equipo Ecosistema de Recursos Digitales SENA. (2021) *Tipos de formatos para eventos.*(Vídeo). <https://youtu.be/Tyu8s3GEMuo> | Vídeo | <https://youtu.be/Tyu8s3GEMuo> |
| Elementos comunicación | Elementos de la comunicación.  https://youtu.be/rM4nZhhn3v8 | Vídeo | https://youtu.be/rM4nZhhn3v8 |
| Eventos Digitales | Equipo de Penta Marketing. 2020. *La guía completa para eventos virtuales inmersivos 3D*. Pentamarketing. | Documento | https://pentamarketing.co/wp-content/uploads/2022/02/ebook2022.pdf |
| Recolección de información | Equipo Ecosistema de Recursos Digitales SENA. (2020) Recolección *de la información.* (Vídeo). <https://youtu.be/D_ltPN5Akvo> | Vídeo | <https://youtu.be/D_ltPN5Akvo> |
| Marco legal de los eventos | Equipo Información Jurídica, tributaria y empresarial. (Sin fecha). *Reglamento organización de eventos.* Vlex. | Artículos | https://vlex.com.co/tags/reglamento-organizacion-eventos-225922 |
| Marco legal de los eventos | Equipo Función Pública. (Sin fecha). *Decreto 1276 de 2020*. Función Pública. | Decreto 1276 de 2020. Requisitos para la realización de espectáculos públicos de las artes escénicas, y se dictan otras disposiciones. | <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=142462> |

**GLOSARIO**

| **Tipo de recurso** | Glosario |
| --- | --- |
| Aglomerar: | Reunir de forma desordenada un gran número de personas o cosas. |
| Complejidad: | Grado de dificultad que está determinado por el número de acciones o elementos que se requiere para alcanzar un fin. |
| Digital: | Todo lo que se puede realizar mediante el uso de herramientas tecnológicas. |
| Espectáculo: | Evento cuyo fin es el entretenimiento, diversión, disfrute o goce de quien participa como espectador. |
| Indicador: | Herramienta que permite la medición de cumplimiento de una meta asociada a un objetivo de forma cualitativa o cuantitativa. |
| Inmersión: | Participación total y completa en la temática desarrollada en un evento que permite a los participantes adquirir todo el conocimiento y sumergirse en él. |
| Logística de eventos: | Conjunto de acciones encaminadas al éxito en el desarrollo de un evento que incluyen su planeación, organización, ejecución, clausura y desmonte. |
| Masivo: | Se refiere a multitudes, muchedumbre. El fin es alcanzar a las masas o un gran número de personas. |
| Negociación: | Acuerdo entre dos o más partes que buscan el beneficio mutuo a partir de un intercambio de intereses. |
| Organizador: | Encargado de liderar, ordenar, administrar y delegar funciones para alcanzar el objetivo en un evento. |
| Protocolo: | Conjunto de normas o reglas de conducta, etiqueta, formalidad o cortesía que permiten la correcta interacción social. |
| Tendencia: | Referenciaque marca o muestra en gusto, preferencia, inclinación de un gran porcentaje de la población, Lo que está de moda. |
| Tipología: | Clasificación de los eventos según sus características, temática, el objetivo o propósito que se quiere cumplir al desarrollarlo. |

**REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS**

| **Tipo de recurso** | Bibliografía |
| --- | --- |
| Ana Cristina Córdoba Castaño. (2017). *Origen e historia de los eventos en el mundo y en Colombia.* Prezi  <https://prezi.com/rb6nljzxlrzk/origen-e-historia-de-los-eventos-en-el-mundo-y-en-colombia/> | |
| Angie Catalina. (2013). *Normatividad aplicada en eventos.* Prezi  <https://prezi.com/qopdmgue8rjz/normatividad-aplicada-en-eventos/> | |
| Equipo de Bantu Group. (2020). *Las 6 etapas del procesamiento y análisis de datos*. BantuGroup  <https://www.bantugroup.com/blog/etapas-del-procesamiento-y-analisis-de-datos> | |
| Equipo Impact Hub Madrid. (2022). *Eventos híbridos y virtuales: pros y contras.* Impact Hub Madrid.  <https://madrid.impacthub.net/2022/01/04/eventos-hibridos-y-virtuales/> | |
| Equipo Instituto Mediterráneo Estudios de Protocolo. (Sin fecha). ¿*Qué es un evento y cómo se puede clasificar?* Protocolo Imep  <https://www.protocoloimep.com/articulos/que-es-un-evento-y-clasificacion/#comments> | |
| Equipo Plataforma. (Sin fecha). *Eventos híbridos y virtuales.* Plataforma.  <https://plataformaav.com/es/eventos-hibridos-y-virtuales/> | |
| Equipo Servicio Psicológico - Bienestar Institucional Universidad de San Buenaventura Medellín. (2020). *Comunicación asertiva y empatía.* Universidad de San Buenaventura Medellín.  <https://usbmed.edu.co/noticias/ampliacion-informacion/artmid/1732/articleid/4674/comunicacion-asertiva-y-empatia#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20asertiva%20se%20basa,la%20comunicaci%C3%B3n%20entre%20las%20personas%2C> | |
| Laura. (Sin fecha). ¿*Qué es un evento? Tipos y características de cada uno de ellos.* Neoeventos  <https://neoeventos.es/que-es-un-evento> | |
| Martínez Altamirano, Úrsula. Organización de Eventos. Primera Edición. ed. México: Editorial Trillas, 2017. | |
| Montedeoca López, R. (2016). Organización de reuniones y eventos (UFO0325). IC Editorial. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/44531> | |
| Rico, D. G. (2017). Gestión de eventos de marketing y comunicación. Ediciones de la U. <https://www-ebooks7-24-com.bdigital.sena.edu.co/?il=7127> | |
| Roberto Espinosa. (Sin fecha). *Elementos de la comunicación: tipos y ejemplos.* Roberto Espinosa  <https://robertoespinosa.es/2020/11/15/elementos-de-la-comunicacion/> | |
| Rosario Peiro. (Sin fecha). *Tipos de Comunicación.* Economipedia  <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-comunicacion.html> | |
| Equipo QuestionPro (Sin fecha).*Métodos y técnicas de recolección de datos más efectivos.* QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/metodos-de-recoleccion-de-datos/> | |