|  |  |
| --- | --- |
| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Gestión de mercados de productos turísticos. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| COMPETENCIA | 260101007 Gestionar eventos de acuerdo con el plan estratégico organizacional o el plan de mercadeo. | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 260101007-1 Planear evento de promoción turística de acuerdo con el plan comercial. |

|  |  |
| --- | --- |
| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | CF 17 |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Planeación de eventos |
| BREVE DESCRIPCIÓN | Realizar un viaje a cualquier destino conlleva diversidad de motivaciones, necesidades, intereses y deseos; uno de ellos son los eventos. Quienes se desplazan por este interés, pagan por la temática y el contenido y están dispuestos a contratar experiencias adicionales para hacer uso en su tiempo libre como visitas a atractivos turísticos, compras locales, alquiler de vehículos, alimentación y alojamiento. |
| PALABRAS CLAVE | Eventos, escenarios, logística, turismo |

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

**TABLA DE CONTENIDOS**

**Introducción**

**1.Gestión de eventos**

**2. Eventos**

**INTRODUCCIÓN**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Estimado aprendiz, bienvenido a este componente formativo, el cual describe aspectos a considerar en la planeación de eventos desde la gestión administrativa, la gestión comercial y la comunicación comercial, con el estudio de este componente aprenderá sobre la clasificación de eventos, escenarios, normatividad aplicable en su estructuración a partir de las labores de logística, los recursos y el presupuesto.  En el siguiente video conocerá de forma general, todas las temáticas que estudiará. ¡Muchos éxitos en este proceso de aprendizaje! |

**GUION DE VIDEO INTRODUCTORIO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Video spot animado | | | |
| NOTA | El texto locutado debe estar entre 490 a 510 palabras. | | | |
| Título | Caracterización del entorno turístico | | | |
| Escena | Imagen | Sonido | Narración (voz en off) | Texto |
| 1 | <https://definicion.xyz/wp-content/uploads/2020/11/planificacion-de-eventos-700x439.jpg>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_v1 | Sí | La planeación de eventos requiere integrar conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes que permitan la gestión correcta del mismo, definiendo objetivos, materializando la visión del cliente, redefiniendo las conexiones humanas con la innovación y la narración inmersiva para experiencias en eventos presenciales, virtuales e híbridos. El turismo de reuniones y negocios se encuentra en constante evolución y cada vez es más exigente en áreas como la tecnología, la sostenibilidad, el retorno sobre la inversión y la necesidad de obtener altos niveles de satisfacción por parte de los involucrados. A nivel internacional es conocida esta práctica como el turismo MICE (*Meetings, Incentives, Conferencing and Exhibitions*) y viene posicionándose en organizaciones públicas y privadas gestionando el *marketing* y la comunicación con su público objetivo. | planeación de eventos  conexiones humanas  narración inmersiva  turismo de reuniones y negocios  MICE (*Meetings, Incentives, Conferencing and Exhibitions*)  organizaciones públicas y privadas |
| 2 | <https://www.innovtur.com/3-grandes-etapas-en-la-organizacion-de-un-evento-exitoso/>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_v1 | Sí | Este tipo de turismo nace con la intención común de cualquier otro tipo de actividad turística y es la de aumentar el número de turistas, impactar de manera positiva al destino a nivel social y económico, y potenciar su imagen. La modalidad de turismo de eventos es altamente rentable y contribuye de manera significativa al desarrollo socioeconómico de las localidades; por ello, es necesario analizarlo desde la perspectiva de la demanda y oferta aplicando técnicas administrativas, comerciales y de comunicación. El turismo de negocios y eventos incluye la gestión en organización, promoción, venta y distribución de reuniones y eventos; integra también este tipo de turismo entre otros a congresos, seminarios, conferencias, ferias, convenciones y reuniones de carácter gubernamental, empresarial o social. | actividad turística  nivel social y económico  turismo de negocios  congresos,  seminarios,  conferencias,  ferias,  convenciones y reuniones de carácter gubernamental,  empresarial o social. |
| 3 | <https://thumbs.dreamstime.com/z/encabezado-tipogr%C3%A1fico-de-planeaci%C3%B3n-eventos-organizaci%C3%B3n-rendimiento-multimedia-del-desempe%C3%B1o-medi%C3%A1tico-como-campa%C3%B1a-220236506.jpg>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_v1 | Sí | La planeación de eventos se basa en la oferta y demanda de productos y servicios que de manera organizada estén disponibles para que los asistentes puedan disfrutar de él, en este sentido, los destinos deben desarrollar productos turísticos innovadores y competitivos que le generen ventajas comparativas sobre otros de condiciones similares de acuerdo con su vocación y tipologías de eventos identificadas y desarrolladas | planeación de eventos  asistentes  productos turísticos innovadores y competitivos  vocación y tipologías de eventos |
| 4 | <https://imagenescityexpress.scdn6.secure.raxcdn.com/sites/default/files/styles/hotel_landing_page/public/2018-04/tendencias-convenciones.jpg?itok=cknJMttp>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_v1 | Sí | La clave está en planear experiencias y comprender cómo esta se puede convertir en una ventaja competitiva para un destino; y cómo va en busca de satisfacer las necesidades del turista y mejorar las condiciones de la comunidad local en un gana-gana permitido por esta actividad.  Un producto turístico como un evento ofrece una variedad de actividades, por ello se debe identificar lo más auténtico y diferenciador que permitan y posibiliten una vivencia o experiencia memorable. El turismo de eventos entre otros objetivos tiene el de promover vivencias a los asistentes que satisfagan y den significado a su desplazamiento, siendo revolucionario porque el cliente está dispuesto a pagar por un intangible; la transformación y significado del evento como tal se obtiene cuando este se desplaza y asiste. | planear experiencias  satisfacer las necesidades del turista  gana-gana  producto turístico como un evento  auténtico y diferenciador  promover vivencias  cliente dispuesto a pagar por un intangible |
| 5 | <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQizcPIleldJ-WrvUO9MkZsZr_tTzW_spFHSw&usqp=CAU>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_v1 | Sí | El presente componente formativo entrega al aprendiz herramientas de gestión administrativa y gestión comercial aplicadas a la planeación de eventos de promoción turística, permitiendo verificar condiciones del escenario donde se proyecta realizar el evento, alistar los recursos propios del evento, ejecutar protocolos, adelantar permisos y trámites legales para su realización, seguridad del evento y la determinación de presupuestos, recursos y asignación de funciones en el evento turístico. | herramientas de gestión administrativa  gestión comercial  planeación de eventos de promoción turística  alistar los recursos propios del evento  ejecutar protocolos  adelantar permisos  trámites legales  seguridad del evento  presupuestos, recursos  funciones en el evento turístico. |
| Nombre del archivo | 124103\_v1 | | | |

**DESARROLLO DE CONTENIDO**

**1.Gestión de eventos**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Acordeón tipo 1 |
| Introducción | El mundo de los eventos se encuentra internacionalmente caracterizado en el segmento llamado MICE, refiriéndose al turismo de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones. |
| Vocación turística  Su actividad se ha convertido en un importante elemento dinamizador de todo tipo de enclaves con vocación turística, actuando con carácter desestacionalizador, aumentando la demanda de servicios de gama alta y también el gasto medio del visitante. | |
| Escenario turístico  En el escenario turístico cuando se hace referencia al turismo de negocios, se remite a todas las actividades de dirección, ordenamiento, promoción y venta de congregaciones y eventos. | |
| Tipos de eventos  Integra también este tipo de turismo entre otros a congresos, seminarios, conferencias, ferias, convenciones y reuniones de carácter gubernamental, empresarial o social. | |

**Características de los eventos**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| En nuestro país, la industria de eventos viene presentando un crecimiento continuo en la última década:  Según el último *ranking* de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), en 2017 Colombia ocupó el lugar 32 entre 168 naciones del mundo y el sexto en Latinoamérica en cantidad de reuniones organizadas, consolidándose como uno de los jugadores más atractivos del sector - (El 16 Espectador [EE], 2018). |

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Infografía estática |
| Texto introductorio | En la siguiente infografía se detallan las principales características que un evento normalmente debe considerar. |
| Características de los eventos  Z  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i1  1. Intangibles, ya que durante un evento se busca vivir una experiencia.  2. Reúnen oferta de bienes y servicios de manera simultánea como: *catering, souvenirs*, alojamiento, etc.  3. Dinamizan la estacionalidad del sector turístico.  4. La promoción y venta regularmente está sujeta a la gestión de intermediarios.  5. Cada evento se constituye en una experiencia única. Son irrepetibles. | |
| Código de la imagen | Imagen: 124103\_i1<https://eventossustentables.com/wp-content/uploads/2018/12/Eventos-Sustentables-infograf%C3%ADa.png> |

**Gestión administrativa**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Slider Presentación | |
| Introducción | La administración es un área del saber y hacer en la gestión de eventos. Las acciones organizadas, ejecutadas y evaluadas del quehacer profesional necesitan de aplicación de herramientas de planificación y control sustentadas por el pensamiento sistémico y la concepción de gestión en la conducción, orientación, instrucción y asistencia de todos los actores que están involucrados. | |
| La administración incluye el manejo financiero y los trámites para el manejo del talento humano, y lo relacionado con las especificaciones técnicas como el manejo de equipos operativos y de seguridad. | | Gestión administrativa    <https://img.freepik.com/vector-premium/proceso-trabajo-control-programacion-organizado-ordenado-regular-habitos-mejorar-conceptos-productividad-eficiencia-empresario-planificado-administrar-marcar-fecha-limite-calendario-usando-lapiz_269730-1727.jpg?w=996>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i2 |
| El gestor de eventos adopta los principios de la administración: planificar, controlar, dirigir y organizar recursos, también requiere de una estructura, es decir, de la definición de funciones, responsabilidades, relaciones de coordinación y comunicaciones con el fin de lograr los objetivos del servicio. | | Gestor de eventos    <https://img.freepik.com/foto-gratis/gestor-eventos-feliz-usando-laptop-salon-banquetes_23-2148085315.jpg?w=1060&t=st=1663918301~exp=1663918901~hmac=1f324de75165edf83ab18b084326bc76bab5e738a08608910e1afffaa91f52ca>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i3 |
| Para establecer una estructura se requieren herramientas de organización administrativa, para que el gestor de eventos pueda trazar procesos dinámicos, coordinar e integrar un conjunto de personas en relación con unos recursos, y así conseguir el resultado u objeto planteado en el plan de acción. | | Plan de acción    <https://img.freepik.com/fotos-premium/evento-planeado_104165-56.jpg?w=996>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i4 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Infografía interactiva Punto caliente | |
| Texto introductorio | Al generar una estructura, todos los actores que intervienen en la realización de un evento deben comprender los objetivos, funciones y sus responsabilidades. Para generar la estructura se requiere la aplicación de los siguientes principios: | |
| Gestión administrativa de eventos  Plantilla De Diseño De Infografía Con Un Camino Y Cinco Puntos Marcados.  Ilustración Vectorial Ilustraciones Svg, Vectoriales, Clip Art Vectorizado  Libre De Derechos. Image 90665064.  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i5 | | |
| Código de la imagen | <https://previews.123rf.com/images/kuliperko/kuliperko1711/kuliperko171100037/90665064-plantilla-de-dise%C3%B1o-de-infograf%C3%ADa-con-un-camino-y-cinco-puntos-marcados-ilustraci%C3%B3n-vectorial.jpg>  Código imagen: 124103\_i2 | |
| Punto caliente 1 | * Llevar un proceso complejo a fragmentación en pequeñas tareas, logrando incrementar la productividad, eficiencia y la reducción de costos en recursos. | 1. División de trabajo |
| Punto caliente 2 | * Integrar objetivos múltiples en uno solo claramente definido, de fácil comprensión para el equipo que interactúa en la realización de un evento. | 1. Unidad de objetivos |
| Punto caliente 3 | * Escala de niveles de autoridad que se produce para articular las funciones a partir de la división del trabajo. | 1. Jerarquía, autoridad |
| Punto caliente 4 | * La responsabilidad tiene que ir acompañada de una correspondiente delegación de autoridad para que pueda cumplir con los compromisos que se le exige. | 1. Autoridad y responsabilidad |
| Punto caliente 5 | * Se trata de la confianza y entregar a otra persona del equipo una o más funciones bien definidas con el fin de liberarse se algunas cargas y poderse decidir a otras labores de más importancia. | 1. Delegación |

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Para aplicar los principios de la organización se recomienda el uso de herramientas como diagrama de afinidad, el mapa de proceso, el flujograma, manuales de procedimiento y hoja de verificación. A continuación, se exponen sus características y formas de uso. | |

**Mapa de procesos**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Considerado como una herramienta gráfica que facilita la representación de procesos, enseñando de manera global entradas y salidas, interrelacionamiento entre los actores participantes y conllevando una secuencia en su desarrollo; para el caso de procesos en la planeación de eventos, hace visible la estructura de los procesos diseñados para el servicio, su funcionamiento y relación con los miembros del equipo. El propósito de un mapa de procesos es mejorar la eficiencia de las organizaciones y los negocios. | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Slider Presentación | |
| Introducción | En la gestión de eventos el mapa de procesos contribuye a: | |
| * Representar los procesos y sus interrelaciones. Aquí identificamos los procesos de la empresa y su relacionamiento según orden de ejecución. | | Gestión de eventos    <https://img.freepik.com/vector-gratis/gente-negocios-que-planifica-cronograma-hacer-que-gestion-trabajo-sea-financiera-calendario-ilustracion-vectorial-isometrica-plana-aislada-fondo-blanco_1150-62445.jpg?w=900&t=st=1663918422~exp=1663919022~hmac=a9cf0c02bd3d906ba9528ece541eb126ac160d25b3cffc4d18d9e8f92f8e0fa9>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i6 |
| * Identificación de cuellos de botella, repeticiones en los procesos y demoras. | | Cuellos de botella    <https://img.freepik.com/vector-gratis/personajes-personas-concepto-gestion-tiempo_53876-32619.jpg?w=900&t=st=1663918463~exp=1663919063~hmac=ef36f410e4de48f2f6ed16df45f0da65ea472e91df3e5ea128153826309eb518>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i7 |
| * Definición de límites en cada proceso, definición de métricas. | | Límites de procesos    <https://img.freepik.com/vector-gratis/personas-diminutas-que-usan-aplicacion-calendario-citas-planificar-eventos-empleados-masculinos-femeninos-recordatorio-fecha-limite-linea-ilustracion-vectorial-plana-horario-planificador-gestion-tiempo-concepto-organizador_74855-22071.jpg?w=826&t=st=1663918483~exp=1663919083~hmac=ab11d45f13a7ed1bf6df332cb1c5249dc06ae6b6e857d992b5277189918f9184>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i8 |
| * Mejoramiento de la comunicación y comprensión de detalles al ser visual. | | Detalles visuales    <https://img.freepik.com/vector-premium/anos-servicio-concepto-evento-apreciacion-gerente-diseno-iconos-color-vectorial-simbolo-hrm_135661-351.jpg?w=740>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i9 |
| * Determinar en el proceso del servicio de eventos dónde empieza y dónde acaba y qué incluye el proceso. | | Inicio y fin de evento    <https://img.freepik.com/vector-premium/gestion-tiempo-plantilla-pagina-inicio-calendario-papel-grande-planificador-mensual-despertador-briefca_566886-2093.jpg?w=996>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i9 |
| * Descubrir actividades que creíamos están cubiertas por un tercero y en realidad no tiene un responsable. | | Seguimiento eventos    <https://img.freepik.com/vector-gratis/composicion-iconos-isometricos-trabajo-distante-gestion-remota-mujer-sentada-mesa-diagrama-flujo-trabajadores-remotos_1284-63069.jpg?w=740&t=st=1663918745~exp=1663919345~hmac=90676d975dcb26840962d3ad921b778debbb750959e9ebdd9c61a6f539276cec>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i10 |
| * El mapa de procesos es un marco para la actuación del gestor de eventos; ayuda a no perder la perspectiva, y dar sentido a la forma en la que se presta el servicio, a situar adecuadamente cada elemento, a sacar conclusiones para la mejora continua. | | *Mapa de procesos planeación de eventos*    Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i11 |
| Algunos elementos que debe tener en cuenta el gestor de eventos a la hora de construir un mapa de procesos son:   * Identificar las acciones de los actores involucrados. * Localizar las actividades en forma horizontal, en orden cronológico. * Dibujar un cuadro alrededor del mapa para mostrar sus límites. | | Verificación de mapa de procesos    <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.processmaker.com%2Fes%2Fblog%2Fprocess-mapping-examples%2F&psig=AOvVaw2o8335YMtgRxplU19q_B_S&ust=1664005243051000&source=images&cd=vfe&ved=0CAwQjRxqFwoTCLCrlN60qvoCFQAAAAAdAAAAABAY>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i12 |

**Diagramas de flujo**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| La acción de planear eventos conlleva entre otros a la sincronización de recursos, tiempos y movimientos; un evento dependiendo de su magnitud requerirá de la gestión de estos recursos en mayor o menor medida.  El diagrama de flujos es una herramienta necesaria que permite visualizar las relaciones y su variación para una serie de acciones que tienen un objetivo común, en la planeación de eventos permite identificar los procesos y actividades requeridas para desarrollar un evento, igualmente facilita la toma de decisiones sobre aspectos logísticos, presupuestales y de otros recursos que se visualizan en la medida que el diagrama muestra la ruta a seguir. |

**Manuales de procedimiento**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Son documentos que contienen información detallada, ordenada, sistemática e integral sobre las actividades y responsabilidades que se realizan en un área específica de la organización, teniendo como objetivo el proveer los lineamientos, reglas o normas de cómo utilizar algo de una forma sistemática, explícita y ordenada.  Para ampliar la información lo invitamos a ver el documento Anexo 1. Ejemplo de procedimiento. | |

**Mapa de empatía**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| A continuación, lo invitamos a ver el video donde se explica qué es un mapa de empatía y sus características. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Video spot animado | | | |
| NOTA | La totalidad del texto locutado para el video no debe superar las 500 palabras aproximadamente | | | |
| Título | Mapa de empatía | | | |
| Escena | Imagen | Sonido | Narración (voz en off) | Texto |
| 1 | *Perfil Cliente*    <https://www.prestashop.com/sites/default/files/wysiwyg/que-es-un-perfil-360.png>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_v1 | Sí | Para entender los deseos y necesidades del cliente a la hora de realizar un evento, se requiere recopilar información sobre él; pero no la información típica de edad, sexo, estudios, etc. Se debe ampliar la información demográfica con un conocimiento profundo del entorno que permita saber el comportamiento, las inquietudes y aspiraciones de los clientes, de tal forma que este perfil logrado oriente el diseño de propuestas de valor, canales de contacto y conexión con los clientes adecuados. | Entender los deseos y necesidades del cliente.  Ampliar la información demográfica con un conocimiento profundo del entorno. |
| 2 | *Mapa de empatía*    <https://innokabi.com/wp-content/uploads/2013/08/Mapa-de-empatia-blog-Innokabi-lean-startup-800x524.jpg>  Nota. La imagen aportada debe elaborarse tal cual.  Código imagen: 124103\_v2 | Sí | La empatía es la capacidad de situarnos en la posición del cliente para entender y comprender lo que está pensando y como está actuando. “La empatía es la capacidad de entender la perspectiva del cliente, la capacidad de sentir lo que el cliente siente y la capacidad de entender lo que el cliente necesita” (Merino Gómez, Begoña 2019) Para facilitar la creación del mapa de empatía se indica a partir del modelo Canva su estructura: | La empatía es la capacidad de situarnos en la posición del cliente para entender y comprender lo que está pensando y como está actuando.  Modelo Canva |
| 3 | *Empatía*    <http://www.tipsempresariales.com/uploads/1/3/1/4/131438314/published/mapa-de-empatia.jpg?1619823242>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_v3 | Sí | Estructura del mapa de empatía  Se divide en dos zonas; la parte superior, que a su vez se divide en cuatro cuadrantes, está relacionada con la realidad y el día a día de nuestro cliente, cada uno de ellos deberá responder a una serie de preguntas. Estas cuatro etapas de desarrollo del mapa se deben hacer en un cierto orden:  (Mogica, Víctor, 2019) | Se divide en cuatro cuadrantes, está relacionada con la realidad y el día a día de nuestro cliente. |
| 4 | *Empatía*    <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTbsNvt0WX_BxV6CpjyvmJ1u1t7XCWsPIEsL9f-kJ6BT_4tS3czoGNeGPU7HWS7-jZ-BMo&usqp=CAU>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_v4 | Sí | ¿Qué ve?: se debe comprender qué es lo que el cliente ve en su entorno:  ¿Cómo es su entorno?  ¿Cómo son sus amigos?  ¿Qué oferta hay en el mercado?  ¿Qué tipo de problemas enfrenta o conoce?  ¿Ante qué está expuesto?  (Mogica, Víctor, 2019) | ¿Qué ve?: se debe comprender qué es lo que el cliente ve en su entorno:  ¿Cómo es su entorno?  ¿Cómo son sus amigos?  ¿Qué oferta hay en el mercado?  ¿Qué tipo de problemas enfrenta o conoce?  ¿Ante qué está expuesto? |
| 5 | *Empatía*    <https://innokabi.com/wp-content/uploads/2013/08/Mapa-de-empatia-blog-Innokabi-lean-startup-800x524.jpg>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_v5 | Sí | ¿Qué oye?: posibles influencias que pueda recibir el cliente, tendencias, referencias, etc.:  ¿Qué dice su entorno?  ¿Qué dicen sus amigos?  ¿Quién le influye?  ¿A qué medios presta atención?  ¿Cómo se comunica con su entorno?  (Mogica, Víctor, 2019) | ¿Qué oye?: posibles influencias que pueda recibir el cliente, tendencias, referencias, etc.:  ¿Qué dice su entorno?  ¿Qué dicen sus amigos?  ¿Quién le influye?  ¿A qué medios presta atención?  ¿Cómo se comunica con su entorno? |
| 6 | *Empatía*    <https://webescuela.com/wp-content/uploads/2020/11/que-es-un-mapa-de-empatia.png.webp>    Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_v6 | Sí | ¿Qué piensa y siente?: comprender cómo piensa y siente nuestro cliente, no solo respecto al objetivo que hemos definido para el mapa de empatía, sino también relacionado con sus preocupaciones y aspiraciones:  ¿Cuáles son sus necesidades?  ¿Qué preocupaciones tiene?  ¿Qué cosas le importan, pero no las dice?  ¿Qué expectativas tiene?  ¿Qué le mueve?  (Mogica, Víctor, 2019) | ¿Qué piensa y siente?: comprender cómo piensa y siente nuestro cliente, no solo respecto al objetivo que hemos definido para el mapa de empatía, sino también relacionado con sus preocupaciones y aspiraciones:  ¿Cuáles son sus necesidades?  ¿Qué preocupaciones tiene?  ¿Qué cosas le importan, pero no las dice?  ¿Qué expectativas tiene?  ¿Qué le mueve? |
| 7 | *Empatía*    <https://pagar.me/static/ef2be75ce9729b6740c078ac4386db1d/2f1b1/2021-09-24-mapa-da-empatia.jpg>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_v7 | Sí | ¿Qué dice y hace?: comportamientos del cliente, en su discurso, en sus prácticas habituales, en qué hace en su día a día y cómo lo hace:  ¿Cuál es su actitud?  ¿Cómo se comporta?  ¿Qué dice que le importa?  ¿Con quién habla?  ¿Hay diferencias entre lo que dice y piensa?  La parte inferior se divide a su vez en dos partes, que están relacionadas directamente con nuestro producto o servicio (desde el punto de vista del cliente):  (Mogica, Víctor, 2019) | ¿Qué dice y hace?: comportamientos del cliente, en su discurso, en sus prácticas habituales, en qué hace en su día a día y cómo lo hace:  ¿Cuál es su actitud?  ¿Cómo se comporta?  ¿Qué dice que le importa?  ¿Con quién habla?  ¿Hay diferencias entre lo que dice y piensa?  La parte inferior se divide a su vez en dos partes, que están relacionadas directamente  con nuestro producto o servicio (desde el punto de vista del cliente): |
| 8 | *Empatía*    <https://blog.softwareavaliacao.com.br/wp-content/uploads/2018/08/mapa-de-empatia-1-1.png>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_v8 | Sí | ¿Qué esfuerzos hace?: obstáculos y dudas que debe superar el cliente para acceder a al producto o servicio:  ¿De qué tiene miedo el cliente?  ¿Qué riesgos asume cuando realiza la compra?  ¿Qué obstáculos supera?  ¿Qué le frustra?  ¿Qué le incomoda?  (Mogica, Víctor, 2019) | ¿Qué esfuerzos hace?: obstáculos y dudas que debe superar el cliente para acceder a al producto o servicio:  ¿De qué tiene miedo el cliente?  ¿Qué riesgos asume cuando realiza la compra?  ¿Qué obstáculos supera?  ¿Qué le frustra?  ¿Qué le incomoda? |
| 9 | *Empatía*    <https://www.gp4us.com.br/wp-content/uploads/2019/10/mapa-de-empatia-6.png>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_v9 | Sí | ¿Qué resultados obtiene?: resultados que obtiene el cliente mediante nuestro producto o servicios:  ¿Qué metas desea alcanzar?  ¿Cuál sería su máximo beneficio?  ¿Qué acabaría con sus problemas?  (Mogica, Víctor, 2019) | ¿Qué resultados obtiene?: resultados que obtiene el cliente mediante nuestro producto o servicios:  ¿Qué metas desea alcanzar?  ¿Cuál sería su máximo beneficio?  ¿Qué acabaría con sus problemas? |
| Nombre del archivo | 124103\_v2 | | | |

**Hoja de verificación o listas de chequeo**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Esta es una herramienta útil para la evaluación del desempeño de cada actor con responsabilidades en la realización de procedimientos en eventos. Se caracteriza por ser una lista de oraciones, frases o párrafos que describen aspectos específicos de la conducta a controlar durante la observación del evento. Las listas de chequeo brindan información descriptiva de lo que el lector debe realizar en determinada situación, es decir el análisis paso a paso de la tarea y del procedimiento a evaluar. | |

**Herramientas ofimáticas**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| A continuación, se presentan algunas herramientas ofimáticas necesarias para la gestión de eventos. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Slider Presentación | |
| Introducción | En la gestión de eventos, las herramientas ofimáticas, hacen referencia a las técnicas, aplicaciones y programas informáticos que se utilizan en funciones administrativas para optimizar, automatizar y mejorar los procedimientos, tales como: | |
| * Interacción con usuarios de un evento, para conocer al detalle sus necesidades, asimismo con otros prestadores de servicios. * Mostrar gráficamente los productos y servicios disponibles. * Presentar una propuesta de servicios para el evento en formato adecuado. * Organización eficazmente de la información de los usuarios. | | Interacción con usuarios    <https://img.freepik.com/vector-gratis/personajes-personas-su-ilustracion-redes-sociales_53876-58967.jpg?w=900&t=st=1663918979~exp=1663919579~hmac=8c9f3a4e23111afa195f64e55cf2c739f9afc6d3a54fb53af59ab6097cadd6e3>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i13 |
| El gestor de eventos está llamado a realizar actualización constante de sus conocimientos sobre estas herramientas, en este componente se mencionan algunas, pero en temas tecnológicos siempre hay disponibles soluciones adaptables a las necesidades particulares. | | TIC en eventos    <https://img.freepik.com/fotos-premium/doble-exposicion-concepto-iconos-redes-sociales-computadora-segundo-plano_258654-780.jpg?w=996>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i14 |
| Asiste en el proceso de la escritura, como la presentación de una propuesta de servicio, permitiendo que el escritor no se preocupe por la estética del texto, porque la caja de herramientas que ofrece facilita la rápida edición de este. Algunos ejemplos son Word, Docs, entre otros. | | Procesador de texto    <https://img.freepik.com/vector-gratis/plataforma-o-servicio-linea-escritor-profesional-escritura-autor-novela-publicacion-bestseller-procesador-textos-linea-ilustracion-vector-plano_613284-1780.jpg?w=826&t=st=1663919092~exp=1663919692~hmac=8c1ae56170131762d27dfa78a6907ba053bd102571a381ec6955c425ce11bb2f>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i15 |
| Facilitan las tareas relacionadas con cálculos numéricos repetitivos y mostrar resultado gráficamente. Ejemplo: Excel, hoja de cálculo de Google. | | Hoja de cálculo    <https://img.freepik.com/vector-premium/ilustracion-vector-software-contabilidad-hoja-formula-calculadoras_4968-563.jpg?w=1380>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i16 |
| Es la principal herramienta para interactuar con usuarios, prestadores de servicios y clientes potenciales. Varios proveedores ofrecen gratuitamente el envío y recepción de mensajes junto con espacio para el almacenamiento de estos. Ejemplo: Gmail, Hotmail. | | Correo electrónico o *email*    <https://img.freepik.com/vector-gratis/ilustracion-concepto-correos-electronicos_114360-1355.jpg?w=740&t=st=1663919147~exp=1663919747~hmac=5afaf7e2c6cab1b7a5f5c4c84ad133cd07a53ecb546414d14aa22712d7a6043a>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i17 |
| Permite al gestor de eventos almacenar y consultar textos, hojas de cálculo, imágenes, videos y similares desde un dispositivo con conexión a internet. Asimismo, los usuarios del servicio pueden acceder al mismo tipo de información. Ejemplo de estos servicios son Drive, Dropbox. OneDrive y Amazon Drive. | | Almacenamiento en la nube    <https://img.freepik.com/vector-premium/concepto-tecnologia-computacion-nube-servicio-o-aplicacion-digital-procesamiento-datos-transferencia-datos-proteccion-concepto-seguridad-datos-diseno-plano-isometrico_610956-1426.jpg?w=900>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i17 |

**Gestión comercial**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Slider Imagen | |
| Introducción | Todas las acciones diseñadas por parte de una empresa cuyo objetivo es dar a conocer la propuesta comercial, se engloban en la gestión comercial de eventos; la satisfacción del cliente y la participación en el mercado son los desafíos para cualquier empresa, conllevando entonces el tener una estrategia clara, implementar un sistema de calidad y el coordinar las actividades comerciales con las diferentes áreas de la organización. | |
| La gestión comercial interviene en todas las áreas de una empresa, ya que determina volúmenes de producción para cubrir determinada demanda de servicios, comunica los requerimientos del cliente, determina los precios y formas de pago, etc. Una buena gestión comercial trae consigo beneficios para la empresa organizadora de eventos tales como:   * Propicia el cumplimiento de los objetivos económicos de la empresa. * Facilita la estructuración acertada de los procesos de producción de un evento. * Incrementa la buena reputación de la empresa en el mercado. * Favorece el crecimiento de los indicadores de satisfacción del cliente. * Fideliza al cliente. * Empresa más competitiva y mejor posicionada. * Maximiza la rentabilidad. | | Gestión comercial de eventos    <https://img.freepik.com/foto-gratis/gente-negocios-dandose-mano-saludar_53876-96074.jpg?w=1060&t=st=1663919226~exp=1663919826~hmac=e34face26c8ab9ebd345c1dd74f40b49f7160fcb4932f8fce5e3e8ff4bdba0db>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i18 |
| La gestión comercial lleva consigo, para ser realizada de manera eficaz y eficiente, la construcción de un plan comercial que contemple los siguientes conceptos:   * Análisis situacional. * Realizar un análisis de mercado.   Conocer el entorno, la situación actual del mercado en el que actúa la empresa y su posición con respecto a la competencia, implica el conocimiento del público objetivo y toda la información clave para delimitar el segmento a analizar. | | Análisis situacional    <https://img.freepik.com/vector-gratis/gente-trabaja-escena-oficina-colegas-miran-pantalla-computadora-portatil-gerente-empleado-hacen-tareas-trabajando-juntos-proyecto_575670-583.jpg?w=996&t=st=1663919297~exp=1663919897~hmac=7d64295e7a3cab3d63adabc10e47e1b140531167067fdd6fcbbe43d7fb9d2c2b>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i19 |
| Todo plan debe partir de unos objetivos claros, alcanzables, medibles y enmarcados en un periodo determinado. Esta etapa responde a la pregunta ¿qué se pretende lograr en la gestión comercial? | | Fijar objetivo    <https://img.freepik.com/vector-gratis/ilustracion-concepto-progreso_114360-1522.jpg?w=996&t=st=1663919350~exp=1663919950~hmac=c30900ef9159a9943fd3d41cec1a4e813a9558b556d69679456879bf38de317e>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i20 |
| El gestor comercial debe conocer el producto, desde sus propiedades, características físicas y funcionalidades básicas, hasta saber la necesidad que cubre y aquello que motiva al cliente a adquirirlo. | | Producto turístico    <https://img.freepik.com/vector-gratis/piso-ecologico-nuevo-normal-hoteles_23-2148912162.jpg?w=996&t=st=1663919537~exp=1663920137~hmac=07b272c7f6bf3c79302197968c89dc9bec1509a93cb2b7834abbb02b8926122e>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i2o-a |
| Plasmar de manera estructurada, las estrategias que se implementarán a través de los diferentes elementos del *marketing*. | | Estructurar un plan de *marketing*    <https://as1.ftcdn.net/v2/jpg/03/17/97/96/1000_F_317979619_pBiOSfzM806F0fqKqSv3Wv2GUTydqvSW.jpg>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i21 |
| Reúne la información de carácter financiero, que impacta la gestión comercial de eventos, como por ejemplo los indicadores económicos, la elasticidad de la demanda, las políticas de fijación de precios y de recaudo, el costo de adquisición de clientes y las proyecciones de venta. | | Finanzas y proyecciones    <https://img.freepik.com/foto-gratis/empresarios-que-trabajan-finanzas-contabilidad-analizan-financi_74952-1411.jpg?w=996&t=st=1663919728~exp=1663920328~hmac=55fc07140f712a4cd7814bdf8becc426e8bfa778ba29d1d35b6cdc37e5a5c4b0>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i22 |
| Hacer monitoreo de las acciones con respecto al logro de los objetivos, determinar la efectividad y tomar decisiones que permitan alcanzar la competitividad de la empresa. | | Seguimiento y control    <https://img.freepik.com/foto-gratis/estrategia-finanzas-empresa-grafico-analisis-plan-reunion-empresarios_74952-1400.jpg?w=1380&t=st=1663919754~exp=1663920354~hmac=69893ef273786e7d78cd47788d8145a8e72ac28728eced404981c5648f67b61b>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i23 |
| La evolución del mercado tiene como base la preponderancia digital; se debe implementar estrategias que lleven a una marca o negocio a visibilizarse en el mercado, y por supuesto los eventos. El mercadeo o *marketing* digital comprende todas las estrategias de promoción de una marca o negocio focalizadas en el internet, por tanto, durante el desarrollo de este componente formativo haremos un recorrido por los elementos, términos y expresiones propios de la cultura digital, que se hace indispensable para estructurar el plan comercial de eventos. | | El mercadeo o *marketing* digital    <https://img.freepik.com/foto-gratis/discutir-aplicacion-movil_1098-18640.jpg?w=996&t=st=1663919798~exp=1663920398~hmac=7388f29c7bdcb21fd6d355fd9c440391a3c476d7017967289503ebc0434f6990>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i24 |
| El mercadeo digital son todos los esfuerzos que realiza una empresa o un profesional en plataformas *on-line*, con el fin de capturar la atención de las personas y convertirlos en clientes potenciales, así, nace la necesidad de estructurar un plan de mercadeo digital, debe estar acorde con las tendencias del mercado y la visión estratégica del negocio, así como alineado a los patrones de conducta de los consumidores, con estos tres aspectos, permitirá tener una ventaja competitiva y comparativa frente al mercado. | | <https://img.freepik.com/vector-gratis/servicio-o-plataforma-marketing-linea-investigacion-analisis-mercado-desarrollo-tendencias-mercado-promocion-empresa-chat-trabajo-linea-ilustracion-vector-plano-aislado_613284-922.jpg?w=740&t=st=1663919856~exp=1663920456~hmac=99ab02951b13fdd4fb4d74fd1b5e7a6343b994c103ce9af8c9cc08ab049c73ab>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i25 |
| El *marketing* digital, está orientado a establecer una relación directa entre la empresa y el consumidor mediante el uso de diferentes canales de comunicación, para lograr este objetivo, esta disciplina se apoya en diferentes técnicas para que el usuario de internet tenga la información justa y necesaria de nuestra empresa. | | Empresa y consumidor    <https://img.freepik.com/foto-gratis/mujer-negocios-joven-comprobando-cuadro-lista-verificacion-satisfaccion-espacio-copia_1258-88647.jpg?w=1060&t=st=1663919911~exp=1663920511~hmac=67fd228697094cf1b0a6bd953da972a0983af7852aba5f16ecc3b6d54cd075cf>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i26 |

**Análisis situacional y de mercado**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| El análisis situacional, corresponde a un estudio que se lleva a cabo con la finalidad de tener un claro conocimiento del estado actual de una empresa, en un momento particular o determinado. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Slider Imagen | |
| Introducción | Es necesario analizar tanto el entorno interno como el externo de la organización. Por lo tanto, se puede considerar por lógica, que el punto de partida a nivel del mercadeo, y en específico de un plan de mercadeo, corresponde de manera prioritaria entender el dónde se encuentra la empresa y prever cuáles son los posibles escenarios a los que se puede llegar. | |
| Para llevar a cabo el análisis de los posibles escenarios proyectados, pueden existir varias alternativas, pero todas ellas empiezan con un diagnóstico situacional que permita la realización de una predicción que muestre la viabilidad y el progreso esperado, tanto a nivel propio, como de los principales competidores, especificando las conclusiones a las que se ha llegado. | | Análisis escenarios    <https://img.freepik.com/vector-premium/administrar-finanzas-analizar-escenarios-presupuesto-personal-o-corporativo_1325-3086.jpg?w=1380>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i27 |
| Siempre debemos tener presente, que los objetivos son referencias parciales que se deben alcanzar para lograr una meta mayor que está asociada al crecimiento sostenible del negocio. | | Establecimiento de objetivos    <https://img.freepik.com/vector-premium/marketing-social-digital-computadora-ilustracion-3d-interfaz-red-social_451939-16.jpg?w=996>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i28 |
| Aunque la definición de los objetos en una organización se reviste de gran importancia, es solo el inicio, ya que el cumplimiento de las metas propuestas es lo que le da sentido real a la empresa llevando a materializar todo lo que se planea y proyecta. | | Cumplimiento de objetivos    <https://img.freepik.com/fotos-premium/sello-sello-arbolado-mision-cumplida_698953-6302.jpg?w=996>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 124103\_i29 |
| Los objetivos corresponden de manera gráfica a una cadena de medios y fines, es decir, la meta que nos hemos trazado, que es posible de alcanzar, medir y cuantificar se le denomina objetivo.  Cada vez que damos cumplimiento a esa meta, automáticamente esta se convierte en un fin para dar cumplimiento a un siguiente objetivo de orden superior. Es así como se entrelazan cada uno de estos objetivos, tornándose a la vez en estrategias que posibilitan el logro de los siguientes. | | Metas    <https://img.freepik.com/vector-gratis/lider-empresarial-pie-flecha-sosteniendo-bandera-ilustracion-vectorial-plana-gente-dibujos-animados-entrenando-haciendo-plan-negocios-concepto-liderazgo-victoria-desafio_74855-9812.jpg?w=740&t=st=1663920288~exp=1663920888~hmac=9b22d8b779aeb86a25a7925e856c8f7cd69e27b4e968c910720fefc89fa10c9b>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i30 |
| Esta cadena de medios y fines es uno de los métodos utilizados para definir objetivos, a la vez que nos permite descomponer un objetivo mayor, en varios pequeños, es decir, en pasos más cortos, que al unirlos entre sí nos permiten alcanzar el gran objetivo propuesto inicialmente. Sin embargo, también hay métodos relacionados con la resolución de problemas, que puede ser apreciado cuando miramos la cadena, el segmento o superficie que sea de nuestro interés, analizando de forma particular y comprobando los resultados que haya generado cada uno de sus componentes. | | Resolución de problemas    <https://img.freepik.com/vector-gratis/equipo-gestores-crisis-resolviendo-problemas-empresarios-empleados-bombilla-desenredando-marana-ilustracion-vector-trabajo-equipo-solucion-concepto-gestion_74855-10162.jpg?w=1060&t=st=1663920313~exp=1663920913~hmac=c0c9774542be19985b23ed63ebaf71b188ae458ee6a35c18d7a0548840bcfb4b>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i31 |
| Cada objetivo que planteemos debe cumplir con todas las características mencionadas.  ● Ser específico.  ● Ser medible.  ● Ser alcanzable.  ● Ser relevante.  ● Tener un marco de tiempo definido. | | Características de los objetivos    <https://img.freepik.com/vector-gratis/lista-verificacion-o-concepto-encuesta_74855-6987.jpg?w=900&t=st=1663920372~exp=1663920972~hmac=49cabe8dde63213c1c38a739cc16a392555cc1bcd1cba0ceb3b6cd2de01de9d9>  Nota. Elaborar imagen  ObjerImagen: 12413\_i32 |
| Para lograr el cometido de establecer objetivos claros, pero sobre todo realistas y cumplibles, nos apoyaremos en la técnica *SMART* (Jiménez Vida, 2021), que proviene de un acrónimo en inglés que significa:  S: *specific* : específico.  M: *measurable* : medible.  A: *attainable* : alcanzable.  R: *relevant* : relevante.  T: *time based* : limitado en el tiempo. | | Objetivos SMART  <https://img.freepik.com/vector-gratis/objetivos-creativos-inteligentes-publicarlo-infografico-general_23-2149442185.jpg?w=900&t=st=1663920416~exp=1663921016~hmac=6e1e335ec6196591c05366566071b6e4d48d2e113091d68a1fb9a538e1c3efb5>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i33 |

**Estrategias competitivas**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Según el diccionario de la Real Academia de la lengua española, una estrategia es:  • Arte de dirigir las operaciones militares.  • Arte, traza para dirigir un asunto.  • En un conjunto de reglas que buscan una decisión óptima en cada momento.  Para ampliar la información lo invitamos a ver el documento Anexo 2. Estrategias competitivas, en el cual se detallan los aspectos y características a considerar en la generación de este tipo de estrategias. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Carrusel de tarjetas | |
| Introducción | A principios de los años 80’s los autores Bernard Booms y Mary Bitner extendieron el <em>marketing mix</em> del modelo conocido tradicional de las 4P’s (planteado por McCarthy), a un modelo de 7P’s.  Ellos incorporaron tres nuevos elementos como son: personas *(people*), procesos *(process*) y evidencia física (*physical evidence)*. Según explican los autores, esta extensión del modelo se enfocó en la humanización del servicio al tratar temas como las políticas de atención al cliente y una mayor interacción e información con el cliente. | |
| Personas, procesos y evidencia física del marketing mix  LAS 7 Ps DEL MARKETING  https://javierpeñaing.com/wp-content/uploads/2019/08/LAS-7-Ps-DEL-MARKETING-1024x576.png  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i34 | | |
| Como parte del concepto de humanización del servicio, el recurso humano es un elemento fundamental, en el trato con el consumidor y como resultado de este en la gestión de ventas del producto o servicio. En la industria turística, un servicio enfocado a personas es aún más relevante, cuesta trabajo imaginar una empresa turística que realiza eventos sin personal que garantice que el servicio se preste como está planeado. En todas las industrias, y en especial en la que nos atañe, la asistencia al cliente, el servicio posventa, la interacción con telemercadeo y por las redes sociales, son ejemplos donde el cliente entra en contacto con una persona. Es por ende, la formación de estos en el manejo y afinidad con el cliente lo que marca la diferencia en el servicio al cliente y su posicionamiento. | | Personas (P5):    <https://img.freepik.com/foto-gratis/diseno-collage-personas_23-2148888271.jpg?w=1060&t=st=1663920515~exp=1663921115~hmac=ad254619e37ed6b50cf17f5742b7b292139c600df37ee45e0a22ebb15864f504>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i35 |
| Centrado en la forma de prestación del servicio, entonces es posible afirmar que una definición de los procesos, coherente con la calidad que se desea brindar, es el primer paso para asegurar un trato amable, rápido e igualitario para todos. Está probado que los procesos bien estructurados aumentan las tasas de captación y retención de clientes, así que trabajar en su definición, no solo ayuda al posicionamiento, sino que además optimiza costos y maximiza la capacidad de respuesta. | | Procesos (P6):    <https://img.freepik.com/vector-gratis/ilustracion-concepto-procesamiento_114360-1395.jpg?w=740&t=st=1663920475~exp=1663921075~hmac=944a1cb09ac84dcc9a593a61feb03ff461217b996e1924f7f5a05a575ff5a81c>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i36 |
| Todos los elementos del entorno de una organización deben proporcionar un ambiente acogedor al cliente. Para la industria de los eventos se ponen de manifiesto tópicos como equipos, instalaciones, uniformes, identidad visual. Inclusive podemos mencionar nuevas tendencias como el *marketing* olfativo o sensorial, cuyo objeto es crear o reforzar una experiencia positiva de cara al cliente, a través de los sentidos. Si lo contextualizamos, podremos ver que esta idea en particular toca con bastante intensidad al sector de eventos. | | Evidencia física (P7):    <https://img.freepik.com/vector-gratis/diseno-iconos-negocio_1270-66.jpg?w=740&t=st=1663920689~exp=1663921289~hmac=1bda9dbb798e05a4f52a5f0039235edda62ec677d80f1b8e987f531b8bf76795>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i37 |

**Comunicación comercial**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| La comunicación comercial en las organizaciones permite transmitir los beneficios de los servicios y productos de la compañía de una manera eficiente y que posibilita que los clientes potenciales se vean reflejados e identifiquen que la empresa puede cubrir sus necesidades y cumplir con sus expectativas. Entonces se hace necesario conocer lo que el cliente objetivo demanda para diseñar la estrategia de comunicación que dé respuesta a esas necesidades.  El principal objetivo de la comunicación comercial es generar un acercamiento del cliente final a la empresa y así incidir en sus decisiones de compra.  Para ampliar la información lo invitamos a revisar el Anexo 3. Comunicación comercial, donde se detallan los objetivos y pasos para realizar un plan de comunicación comercial para eventos. | |

**2. Eventos**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cuadro de texto |
| Introducción |  |
| <https://img.freepik.com/foto-gratis/microfono-negro-sala-conferencias_1232-3128.jpg?w=996&t=st=1663920766~exp=1663921366~hmac=be5269d7fc9611306141d5a4a6518506ee63b0f5e974430d7ec0089ffae607c9>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i38  Para dar inicio cabe hacer énfasis en 2 elementos claves:  ¿Qué es un evento?  La palabra evento proviene del latín «*eventus*» que significa acontecimiento, suceso, eventualidad.  Un evento es una actividad especial que se realiza fuera de la rutina regular para celebrar un acontecimiento que debe llevar una planificación al menos en cuanto a espacio y tiempo (lugar, fechas, horas), y que se clasifica según su naturaleza.  Eventos como relaciones públicas  Desde el punto de vista del *marketing,* un evento es una herramienta de relaciones públicas y comunicación que se convierten en una carta de presentación frente a posibles clientes, medios de comunicación y público en general de una empresa, organización o la misma ciudad con el fin de dar a conocer un lanzamiento de la empresa de nuevos productos y/o servicios, dar a conocer un nuevo elemento de innovación sobre procesos, materiales, etc, resaltar alguna particularidad de la marca, entre otros. | |

**Clasificación de los eventos**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| A continuación, se invita a revisar la clasificación más común sobre eventos y sus características diferenciadoras. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Slider Imagen | |
| Introducción | Los eventos se clasifican principalmente de acuerdo con la actividad a desarrollarse así: | |
| Académicos  Su finalidad es compartir y divulgar información sobre un tema de interés en un área específica (congreso, simposio, etc.), los cuales se consideran como reunión en la cual se invita por lo general a ponentes destacados en una especialidad. Se usan herramientas visuales como gráficos estadísticos, fotografías, videos, etc. El objetivo de un evento académico es convencer al auditorio en un determinado tema. | | EVENTOS ACADÉMICOS - yeison.eventos  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i40 |
| Sociales  Son aquellos que tienen como fin el encuentro entre personas, buscando la convivencia y la relación social, por medio de una actividad gastronómica.  Por lo tanto, los más populares son bodas, bautizos y cumpleaños; pero también son eventos sociales el homenaje a alguna persona por algo significativo como una jubilación o grado o una cena ofrecida en un congreso. | | Fotografía social: Recursos para salir airoso de tus compromisos  <https://www.blogdelfotografo.com/wp-content/uploads/2017/08/celebracion.jpg>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i41 |
| Son eventos que dependen de su contenido y con ello variará la complejidad en la organización, logística, presupuesto, etc. Por lo tanto, podría ser un pequeño concierto o un gran festival internacional. Adicionalmente pueden ser organizados por entidades públicas o privadas. | | Eventos musicales y/o culturales    https://www.shutterstock.com/es/image-photo/concert-festival-during-main-event-big-1711317238 |
| Son una de las más nuevas tendencias en el sector de los eventos, que al igual que los otros tienen como objetivo reunir personas, pero, como gran diferencial, se realiza en un entorno virtual.  Los eventos virtuales más conocidos actualmente son las ferias, conferencias, reuniones de ventas, entre otros. | | Eventos virtuales    https://www.shutterstock.com/es/image-photo/smiling-young-indian-female-employee-talk-1720909372 |
| Para el evento fiesta, el cual es un rito social compartido entre un grupo de personas donde se marca un cierto acontecimiento a modo de celebración, se integra una presentación artística, baile, espectáculos, entre otros. Se debe considerar su alto costo para la ejecución y el control de asistentes. | | 65,579 Fiesta Fotos - Libres de Derechos y Gratuitas de Dreamstime  <https://thumbs.dreamstime.com/b/el-de-la-fiesta-del-palabra-cosi%C3%B3-en-letras-coloridas-pur%C3%A9-multicolor-adornado-con-brillo-y-flores-papel-112443765.jpg>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i42 |

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Promoción comercial: su finalidad es promocionar a las empresas de cualquier sector. Hacen parte de la actividad empresarial de las organizaciones y por tanto de las estrategias de mercadeo.  Para ampliar información lo invitamos a revisar el Anexo 3.1. Promoción comercial de eventos, donde se describen tipos de eventos, su definición y entidad que lo promueve. | |

**Escenarios**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Tarjetas Animadas |
| Introducción | Elegir un escenario o espacio para realizar un evento es una responsabilidad que requiere conocimiento detallado sobre los aspectos necesarios y que influyen en su realización. Los más significativos son: |
| Escucha del cliente    <https://img.freepik.com/fotos-premium/entrenador-o-orador-negocios-masculino-hace-presentacion-rotafolio-diversos-empresarios-reunion_673498-92.jpg?w=996>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i43 | Normalmente cuando se planifica un evento se escucha al cliente, quien naturalmente desea espacios personalizados y enriquecidos con elementos innovadores buscando que el componente de entretenimiento esté presente, en especial cuando el tipo de evento lo amerita. |
| Necesidades del cliente    <https://img.freepik.com/vector-gratis/preguntas-frecuentes-composicion-isometrica_1284-72327.jpg?w=740&t=st=1663920964~exp=1663921564~hmac=408b505840ec959850db703e3a23e225252e4fbc04a8ec448e0d127da37d0760>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i44 | En la actualidad, se observa como diversos espacios son adaptados a las necesidades del cliente, presentando en ocasiones dificultades dado a que el escenario y lugar deben estar acorde con el tipo de evento a ejecutarse. |

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Para ampliar información lo invitamos a revisar el Anexo 4. Escenarios, el cual presenta los diversos escenarios sobre los cuales se desarrollan eventos, a partir de su naturaleza. | |

**Planeación de eventos**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Acordeón tipo 2 |
| Introducción |  |
| Existen diferentes aspectos que se deben tener en cuenta al momento de planear un evento para garantizar su éxito a través de la correcta logística y alcance de los objetivos.    <https://as1.ftcdn.net/v2/jpg/03/31/15/68/1000_F_331156834_SjEPQnFjEmDWaKjvgT4c97hudogrZuNr.jpg>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i45 | |
| La planeación de un evento va directamente relacionada con las fases de los eventos: pre-evento, desarrollo y post evento, así como el alcance y la naturaleza del evento, pero todo comienza con una idea para satisfacer una necesidad o deseo, que se exprese en un plan estratégico. | |
| Los factores que dan forma al evento se incorporan luego en un plan de proyecto que proporciona la hoja de ruta hacia el éxito. | |
| Los recursos necesarios se adquieren y sincronizan en un plan de acción para producir el evento. | |

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Para ampliar información lo invitamos a revisar Anexo 5. Planeación de eventos, en este documento encuentra información sobre los factores a considerar en una planeación de eventos y sus etapas. | |

**Normatividad**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Acordeón tipo 2 |
| Introducción | Las empresas del sector turístico que tienen como actividad la organización de eventos, deben tener en cuenta los siguientes aspectos que van enfocados a la comercialización digital: |
| Normatividad en los eventos    <https://img.freepik.com/vector-premium/concepto-derecho-justicia-balanzas-justicia-articulos-libros-leyes-corte-suprema_675567-37.jpg?w=740>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i46 | |
| Mercado en línea  Realizar actividades de mercado en línea, es considerado como ventas a distancia. Este tipo de ventas están contempladas en la ley 1480 de 2011 del estatuto del consumidor (artículo 5°, numeral 16).  Este numeral indica que este tipo de ventas son las efectuadas sin tener contacto físico con el producto y se llevan a cabo vía telefónica, a través de correo y demás canales disponibles en el comercio en línea. | |
| Ventas que utilizan métodos no tradicionales  El estatuto contempla en su capítulo 5: “De las ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia”, las normas a cumplir por parte de los establecimientos de comercio en línea. | |
| Estatuto del consumidor  Una vez revisado el estatuto del consumidor, es necesario analizar las normas que se establecen en la “Ley 527 de 1999: Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones”. | |

**Recursos del evento**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Los recursos para utilizar en un evento van directamente ligados a el tipo de evento y la magnitud de este; sin embargo, independiente de estos factores los recursos serán de tres tipos: recursos humanos, recursos materiales y recursos físicos.  Para ampliar información lo invitamos a revisar el anexo 5.1. Recursos del evento, allí encuentra los recursos mínimos y más usados en la planeación de eventos. | |

**Logística de eventos**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| La logística para eventos es una técnica elemental aplicada a las tareas y acciones vinculadas en la planeación y a la gestión de los recursos que se utilizaran para cada una de las fases del evento.  Con acciones bien diseñadas en el tiempo, se consigue el objetivo de la logística, el cual es aumentar la eficiencia de los recursos a usar con el propósito de cumplir con lo planeado cubriendo las necesidades establecidas, conduciendo a la satisfacción de nuestros públicos: clientes, asistentes y proveedores.  Para ampliar información lo invitamos a revisar el anexo 6. Logística de eventos, donde encontrará los diversos tipos de montajes para la realización de eventos. | |

**Presupuestos**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Slider Hitos/ Línea de tiempo horizontal | |
| Introducción | Tener claridad sobre los costos asociados a la realización de un evento es fundamental; por ello, estructurar adecuadamente el presupuesto registrando los valores económicos causados, permite anticipar el cumplimiento de los compromisos financieros. | |
| Objetivo del evento | Una vez se conoce el objetivo del evento, se valoran las necesidades a suplir para su realización. Tenemos dos opciones de estructura de presupuestos. | Objetivo del evento    <https://img.freepik.com/vector-gratis/ilustracion-concepto-linea-tiempo_114360-3145.jpg?w=740&t=st=1663921399~exp=1663921999~hmac=020c54dfb5dea1c64cbfeae9fe673ffbf2dd6f954e0be19237c856d598784e08>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i47 |
| Presupuesto adaptado al evento (mayor libertad) | Para este caso se debe proyectar un presupuesto, de acuerdo con una planificación general, a necesidades específicas y a objetivos preestablecidos. Se debe estimar, de la manera más realista, las posibilidades de recuperar los costos, o eventuales ganancias que reporte el evento. (Wong, 2019). | Presupuesto    <https://img.freepik.com/vector-premium/calendario-icono-dinero-estilo-comico-ilustracion-vector-dibujos-animados-calendario-pago-sobre-fondo-blanco-aislado-concepto-negocio-efecto-salpicadura-monitoreo-finanzas_157943-4540.jpg?w=1380>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i48 |
| Evento adaptado al presupuesto (limitados) | Es el caso de eventos sociales en general, y empresariales como lanzamientos, jornadas de capacitación, etc., donde los organizadores cuentan con un monto de dinero predeterminado, y deben adecuar la contratación de proveedores y servicios, de acuerdo con el mismo. (Wong, 2019). | Evento adaptado    <https://img.freepik.com/vector-gratis/amigos-felices-celebrando-evento-juntos_74855-7482.jpg?w=1060&t=st=1663921489~exp=1663922089~hmac=ef2084f308d7ddf197e2222f2565f7ae90c0ca40749e892751a601e9c87c9a12>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i49 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Slider Presentación | |
| Introducción | Cuando este punto está claro, se deben definir los costos asociados a la planificación del evento. Según Cordero López, L (2016), existen dos tipos de costos que se deben estipular en el momento de crear un evento: los fijos y los variables, a saber: | |
| Costos Fijos: independiente del éxito del evento, constituyen los costos fijos aquellos valores que hay que cancelar, esto es:  - El sitio elegido para realizar el evento, es en su orden el mayor desembolso en que se incurrirá.  -Mercadeo, publicidad y promoción del evento.  - Equipamiento tecnológico para la producción del evento.  - Gastos de desplazamiento para personajes especiales.  - Gastos de personal.  - Traductores si fuera necesario.  - Actos protocolares de apertura y cierre del evento.  - Sistema de inscripción y acreditación.  - Actividades de esparcimiento contratadas, extra al evento.  - Seguros.  - Honorarios.  - Logística de transporte, montaje y desarmado de estructuras. | | Costos fijos    <https://img.freepik.com/foto-gratis/manos-sobre-mesa-reunion-negocios_329181-13372.jpg?w=996&t=st=1663921529~exp=1663922129~hmac=7a8d7b5c8d95fcb6f3d3129afac944b500156008bec73771d62e706214eb48e3>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i50 |
| Costos Variables: son aquellos que varían en relación a la cantidad de personas que deciden asistir a un evento, tenemos:  Material de acreditación, credenciales, folletos, *souvenirs*, diplomas, etc.  Servicio de *catering*, *coffe break*, almuerzos, cenas.  Personal temporal.  Estacionamientos.  Computadores y mobiliario en general.  Gastos bancarios.  Personal de seguridad y servicios generales.  Adicional a lo anterior, se debe tener presente un rubro de imprevistos: tomar medidas contables asignando recursos para cubrir un suceso inesperado. | | Costos variables    <https://img.freepik.com/vector-gratis/concepto-mercado-valores-dibujado-mano-monedas_23-2149163553.jpg?w=996&t=st=1663921567~exp=1663922167~hmac=ac0343ac9e7135cf100cd4ec15b7d767d50c06e1fd46aadd0fdc7ad515615cec>  Nota. Elaborar imagen  Imagen: 12413\_i51 |

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Recuerde explorar los demás recursos que se encuentran disponibles en este componente formativo, para ello diríjase al menú principal en donde encontrará la síntesis, la actividad didáctica, material complementario, entre otros. | |

**SÍNTESIS**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Síntesis |
| Programa: Gestión de mercados de productos turísticos  Síntesis: Planeación de eventos | |
| Introducción | Revise la estructura de la información desarrollada a través del siguiente mapa conceptual donde se sintetizan los aspectos más relevantes en la planeación de eventos. |
| Código imagen: 124103\_i52 | |

**ACTIVIDAD DIDÁCTICA**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Actividad didáctica. Arrastrar y soltar | |
| Relaciona el tipo de montaje con la imagen que corresponda. | | |
| 1.Montaje tipo u  Retroalimentación:  Respuesta correcta: ¡Excelente! Felicitaciones.  Respuesta incorrecta: Inténtelo nuevamente. | | Nota. Elaborar imagen alusiva al tema.  Imagen: 124103\_i53  <https://angelcalerodotcom.files.wordpress.com/2018/02/u.jpg> |
| 2.Montaje tipo coctel  Retroalimentación:  Respuesta correcta: ¡Excelente! Felicitaciones.  Respuesta incorrecta: Inténtelo nuevamente. | | RECEPCIONES: El Cocktail ~ Saboryarte con Acentos Urbanos©  Nota. Elaborar imagen alusiva al tema.  Imagen: 124103\_i54  <https://lazosycorbatas.files.wordpress.com/2014/04/hoteles-al-andalus-banquetes-jardin-montaje-coctel.jpg> |
| 3.Montaje tipo banquete  Retroalimentación:  Respuesta correcta: ¡Excelente! Felicitaciones.  Respuesta incorrecta: Inténtelo nuevamente. | | El banquete Lugar de celebración Menú Tipos de mesa con...  Nota. Elaborar imagen alusiva al tema.  Imagen: 124103\_i55  <https://www.protocolo.org/extfiles/procimg/cp-i-247-cG.2762.1.jpg> |
| 4. Montaje tipo imperial  Retroalimentación:  Respuesta correcta: ¡Excelente! Felicitaciones.  Respuesta incorrecta: Inténtelo nuevamente. | | Montaje de mesa imperial en un evento. - Goyo Catering Marbella  Nota. Elaborar imagen alusiva al tema.  Imagen: 124103\_i56  <https://www.goyocatering.com/wp-content/uploads/2015/03/mesaimperial-catering-evento-goyocatering-marbella.jpg> |
| 5.Montaje tipo escuela  Retroalimentación:  Respuesta correcta: ¡Excelente! Felicitaciones.  Respuesta incorrecta: Inténtelo nuevamente. | | Nota. Elaborar imagen alusiva al tema.  Imagen: 124103\_i57  <https://media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-s/06/30/12/f9/marina-hotel-resort.jpg> |
| 6.Montaje tipo auditorio  Retroalimentación:  Respuesta correcta: ¡Excelente! Felicitaciones.  Respuesta incorrecta: Inténtelo nuevamente. | | Nota. Elaborar imagen alusiva al tema.  Imagen: 124103\_i58  <https://co.pinterest.com/pin/331718328773581081/> |
| 7.Montaje tipo mesa redonda  Retroalimentación:  Respuesta correcta: ¡Excelente! Felicitaciones.  Respuesta incorrecta: Inténtelo nuevamente. | | Nota. Elaborar imagen alusiva al tema.  Imagen: 124103\_i59  <http://rachelsfashionroom.blogspot.com/2014/07/protocolo-tipos-de-mesas-segun-su-forma.html> |
| 8 Montaje tipo espina de pescado  Retroalimentación:  Respuesta correcta: ¡Excelente! Felicitaciones.  Respuesta incorrecta: Inténtelo nuevamente. | | Nota. Elaborar imagen alusiva al tema.  Imagen: 124103\_i60  <https://co.pinterest.com/pin/354447433151422578/> |
| 9 Montaje cerrado  Retroalimentación:  Respuesta correcta: ¡Excelente! Felicitaciones.  Respuesta incorrecta: Inténtelo nuevamente. | | Nota. Elaborar imagen alusiva al tema.  Imagen: 124103\_i61  <https://www.pinterest.es/pin/505529126893260603/> |
| 10. Montaje mesas en peine  Retroalimentación:  Respuesta correcta: ¡Excelente! Felicitaciones.  Respuesta incorrecta: Inténtelo nuevamente. | | Nota. Elaborar imagen alusiva al tema.  Imagen: 124103\_i62  <https://www.alquilermaterialeventos.com/montajes-de-mesas> |
| Retroalimentación general positiva: ¡Excelente! ha superado la actividad didáctica y ello demuestra un adecuado acercamiento a las temáticas abordadas.  Retroalimentación general negativa: La prueba no se ha logrado superar, es importante que revise de nuevo el componente formativo y vuelva a intentarlo. | | |

**MATERIAL COMPLEMENTARIO**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Material complementario | | |
| Tema | Referencia APA del material | tipo | Enlace |
| Normatividad | Ley 1480 de 2011. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones*.* 12 de octubre de 2011. DO No. 48.220. | Ley | <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306> |
| Normatividad | Ley 527 de 1999. Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones. 18 de agosto de 1999.D.O. No. 43.673. | Ley | <http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0527_1999.html> |
| Normatividad | Superintendencia de Industria y Comercio. (2019). *Guía sobre el tratamiento de datos personales para fines de comercio electrónico*. | Guía | <https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/pdf/Guia%20SIC%20Tratamiento%20Datos%20Personales%20ComercioElectronico(1).pdf> |
| Planeación de eventos | López Gómez, M P. (s.f).  *Recursos para la organización de datos.* Protocolo.org. | Página web | <https://www.protocolo.org/ceremonial/eventos/recursos-para-la-organizacion-de-actos.html> |

**GLOSARIO**

|  |  |
| --- | --- |
| Palabra | Definición |
| Análisis situacional y de mercado: | el análisis situacional, corresponde a un estudio que se lleva a cabo con la finalidad de tener un claro conocimiento del estado actual de una empresa, en un momento particular o determinado. |
| Diagramas de flujo: | el diagrama de flujo es una herramienta necesaria que permite visualizar las relaciones y su variación para una serie de acciones que tienen un objetivo común. |
| Hoja de verificación: | esta es una herramienta útil para la evaluación del desempeño de cada actor con responsabilidades en la realización de procedimientos en eventos. Se caracteriza por ser una lista de oraciones, frases o párrafos que describen aspectos específicos de la conducta a controlar durante la observación del evento. |
| Maestro de ceremonia: | persona que efectúa las presentaciones, da la bienvenida y despide las sesiones plenarias en un evento. |
| Manuales de procedimiento: | son documentos que contienen información detallada, ordenada, sistemática e integral sobre las actividades y responsabilidades que se realizan en un área específica de la organización, teniendo como objetivo el proveer los lineamientos, reglas o normas de cómo utilizar algo de una forma explícita y ordenada. |
| Mapa de empatía: | para entender los deseos y necesidades del cliente a la hora de realizar un evento, se requiere recopilar información sobre él; pero no la información típica de edad, sexo, estudios, etc. Se debe ampliar la información demográfica con un conocimiento profundo del entorno que permita saber el comportamiento, las inquietudes y aspiraciones de los clientes, de tal forma que este perfil logrado oriente el diseño de propuestas de valor, canales de contacto y conexión con los clientes adecuados. |
| Mapa de procesos: | considerado como una herramienta gráfica que facilita la representación de procesos, enseñando de manera global entradas y salidas, interrelacionamiento entre los actores participantes y conllevando una secuencia en su desarrollo; para el caso de procesos en la planeación de eventos, hace visible la estructura de los procesos diseñados para el servicio, su funcionamiento y relación con los miembros del equipo. El propósito de un mapa de procesos es mejorar la eficiencia de las organizaciones y los negocios. |
| Recinto ferial: | edificio especializado en la celebración de ferias y exposiciones con facilidades adicionales para celebrar reuniones de negocios relativas al evento ferial o a la exposición. |
| Segmentar: | separar o dividir una cosa en segmentos. |
| *Stand*: | espacio de exhibición en una feria o exposición que consta de una superficie determinada de piso de exposición y mamparas que lo separan de otros *stands* además de un rótulo de identificación. |

**REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS**

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Bibliografía |
| Libro  Acosta, R. (2009). *Flujograma*. El Cid Editor | apuntes. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/28942> | |
| Libro  Business Review, H. & Merino Gómez, B. (Trad.). (2018). *Empatía*. Editorial Reverté. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/128587> | |
| Página web  Bantu Group. (2020, June 25). *Las 5 ventajas del análisis de datos para mejorar la experiencia del cliente*. Bantu Group. Retrieved September 7, 2022, obtenido de <https://www.bantugroup.com/blog/ventajas-del-analisis-de-datos-para-mejorar-la-experiencia-del-cliente> | |
| Libro  Comunicare. (2022, August 26). *Plan de comunicación comercial: lo que necesitas saber - Comunicare*. COMUNICARE, Márketing Online. Retrieved September 7, 2022, obtenido de <https://www.comunicare.es/plan-de-comunicacion-comercial/> | |
| Página web  El Espectador. (30 de octubre de 2018). *El Espectador.* (Redacción Comercial) Recuperado el 10 de abril de 2019, de El Espectador:<https://www.elespectador.com/actualidad/los-eventos-empresariales-una-industria-en-crecimiento-article-820835/#:~:text=Los%20eventos%20empresariales%20una%20industria%20en%20crecimiento> | |
| Página web  Colaborador Blog Fosbury. (2021, septiembre 22). *El marketing de eventos o cómo crear experiencias memorables. Blog Fosbury.* <https://eventosempresa.fosburycafe.es/ideasyconsejos/el-marketing-de-eventos-o-como-crear-experiencias-memorables/> | |
| Página web  Hazelton, J. (2020, abril 28). *Marketing experiencial – 4 ejemplos de marcas que acertaron*. Eventtia. <https://www.eventtia.com/es/blog/marketing-experiencial-4-ejemplos-de-marcas-que-acertaron> | |
| Documento web - trabajo de grado.  Moreira Quesada, E. D. (2015). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO T*. Repositorio Digital de la UTMACH. Retrieved September 7, 2022, obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/5467/1/ECUACE-2015-HT-CD00032.pdf> | |
| Página web  Rankmi. (2019, February 20). *Estrategias prácticas para vencer a tus competidores en 2019*. Rankmi. Retrieved September 7, 2022, from <https://www.rankmi.com/blog/estrategias-practicas-para-vencer-a-tus-competidores-en-2019> | |
| Página web  Reier, R. (2020, July 29). *Ricardo Reier: “La transformación digital no es una opción, es una necesidad” - Ucavila*. UCAV. Retrieved September 7, 2022, obtenido de <https://www.ucavila.es/noticias/noticias/ricardo-reier-la-transformacion-digital-no-es-ya-una-opcion-es-una-necesidad/> | |
| Página web  Rovira, B. (2021, December 8). *ᐅ Transformación digital: Proceso, pasos a seguir y retos*. InboundCycle. Retrieved September 7, 2022, obtenido de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/transformacion-digital-retos> | |
| Página web  Universidad Tecnológica del Perú. (2021, November 5). *Estrategias competitivas: ¿cómo funcionan?* Escuela de Postgrado UTP. Retrieved September 7, 2022, obtenido de <https://www.postgradoutp.edu.pe/blog/a/estrategias-competitivas-como-funcionan-y-como-se-adaptan-a-los-tiempos-de-cambio/> | |
| Página web  Wong, M. (2019, April 18). *Cómo desarrollar un presupuesto de evento para tu reunión o evento*. EventMobi. Retrieved September 7, 2022, obtenido de <https://www.eventmobi.com/es/blog/como-desarrollar-un-presupuesto-de-evento-para-tu-reunion-o-evento/> | |