Guion para desarrollo de contenidos

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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| COMPETENCIA | 260201076 - Dirigir eventos de acuerdo con parámetros técnicos y normativos | RESULTADOS DEL APRENDIZAJE | 260201076-2 - Coordinar la instalación de señalización, puntos de registro y *merchandising* según tipo de evento. |

|  |  |
| --- | --- |
| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | CF06 |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Señalización, registro de participantes y *merchandising* del evento |
| BREVE DESCRIPCIÓN | La señalización, el registro de participantes y el *merchandising* del evento siempre serán aspectos fundamentales para guiar al asistente, orientarlo, alentarlo, darle a conocer información importante, fidelizarlo y hacer que todo fluya de manera exitosa en la realización del evento, por lo que es importante conocer y manejar estos conceptos de manera apropiada. |
| PALABRAS CLAVE | Señalización, mercadeo, eventos. |

|  |  |
| --- | --- |
| ÁREA OCUPACIONAL | Ventas y servicios |
| IDIOMA | Español |

**TABLA DE CONTENIDOS**

**Introducción**

**1. Señalización, control y registro de participantes**

1.1. Señalización preventiva e informativa

~~1.1.1 Señalización preventiva~~

~~1.1.2 Señalización informativa~~

~~1.1.3 Planimetrías de señalización del evento~~

1.2. Control y registro de participantes

~~1.2.1 Control de acceso~~

~~1.2.2 Registro de participantes~~

**2. *Merchandising* en los eventos**

~~2.1. Concepto e importancia~~

~~2.2. Tipos de~~ *~~merchandising~~* ~~para eventos y su aplicación~~

**Introducción**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Estimado aprendiz, en este componente formativo comprenderá que en todo evento debe primar la señalización informativa y preventiva, lo cual contribuye al buen desarrollo y fluidez de lo establecido en la planeación. Este tema es de gran importancia para el cuidado de los asistentes y de la instalación sede del evento; además, permite mantener la actualización de todos los procesos de producción y gestión del mismo.  Este componente formativo se enfoca en desarrollar habilidades para comprender los conceptos y la relación entre el registro, control de asistentes, mercadeo y promoción. **El siguiente video amplía esta interesante temática. ¡Muchos éxitos!** |

**GUION DE VIDEO INTRODUCTORIO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Video *spot* animado | | | |
| **NOTA** | **La totalidad del texto locutado para el video no debe superar las 500 palabras aproximadamente** | | | |
| **Título** | Importancia de la gestión del riesgo en eventos masivos | | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Sonido** | **Narración (voz en *off*)** | **Texto** |
| **1** | Crear una imagen similar para describir la importancia de comunicar y entender un mensaje al ver representaciones gráficas y palabras.  Ilustración de personaje de personas con iconos de señales de tráfico  Seguidamente, mostrar una imagen similar y hacer acercamientos con el fin de resaltar la importancia de las señales y letreros para comunicar en la organización de eventos, y la de su calidad, estética y legibilidad.  Creador de carteles retro. Establecer elementos para el signo de calle. Creador de escena, signo de neón. Fuente retro. Espacio publicitario. | Sonido musical informativo (que capture la atención) | Toda señalética tiene un objetivo en común: comunicar y permitir que, a primera vista, se entienda el mensaje a través de palabras y representaciones gráficas. Las señales y los letreros tienen un gran impacto en la organización de los eventos, por ello se deben revisar los espacios donde serán distribuidos, la distancia entre ellos y su calidad, estética y legibilidad. | Señalética  Comunicar  Señales  Letreros |
| **2** | Crear una imagen similar que haga referencia al empleo de un sistema de señalización dentro de un evento, con el fin de presentar cada uno de los siguientes aspectos, donde se resalte el icono mencionado:   * Objetivo * Locación * Duración * Tipo asistente   Fecha, ubicación, hora, ilustración vectorial de líneas en color oscuro y fondo transparente(png) | Sonido musical (informativo) | Emplear correctamente un sistema de señalización dentro de un evento contribuye, no solo a su fluidez, sino también a la seguridad de los asistentes y del establecimiento. Para ello, se deberá tener presente el objetivo del evento, su ubicación, su duración y el tipo de asistentes que se espera. Asimismo, debe tenerse en cuenta el tamaño del lugar y el número de asistentes para definir la cantidad de señales necesarias, las zonas marcadas, la identificación del personal logístico que apoyará la orientación de los asistentes y su correcto desenvolvimiento dentro del recinto. |  |
| **3** | Se introduce con una imagen similar para detallar que el área de registro y control tiene un desarrollo importante para el enfoque de calidad.  Conjunto simple de iconos de línea de vectores relacionados con el portapapeles. Contiene iconos como Contacto, Lista de verificación, Petición y más. Stroke editable. 48x48 Pixel Perfecto. | Sonidos tranquilos que permitan capturar la atención mientras se dan detalles visuales. | Una de las áreas que requiere mayor atención al planear la señalización es la de registro y control. En esta ocurre el primer contacto físico con el participante, por lo tanto, requiere un enfoque de calidad en la experiencia que brinde. Se deben evitar al máximo las filas largas, y contar con una base de datos que le sirva al organizador de eventos para la evaluación posterior, con el fin de saber cuáles fueron los aciertos y qué correctivos debe hacer en un próximo encuentro. | Simulacros  Juegos de roles |
| **4** | Cuando se narra, se proyecta una imagen similar para identificar que, a partir de las nuevas dinámicas, se ha impulsado la promoción y el mercadeo desde lo digital, ampliando los procesos.  Colección de pegatinas de estrategia de marketing digital.  Empresario que usa un teléfono inteligente móvil. Tecnología de aplicaciones de conexión a internet global de negocios y marketing digital, Financial and banking, Digital link tech, big data. | Sonido musical (informativo) | De la mano de esta área, también se puede encontrar la de promoción y mercadeo del evento. Ya no solo se trata de folletos, vallas y conversaciones uno a uno. La globalización y la pandemia han impulsado con gran auge el mercadeo digital, que pone de manifiesto la importancia de llegar al público correcto en menos tiempo. |  |
| **5** | Resaltar una imagen similar cuando se mencionen los organizadores de eventos, quienes son los que coordinan los asuntos para que se logren.Reuniones de negocios con prestatarios gubernamentales y privados con colaboradores y asesores fiscales para asignar funciones de empleados en la organización de cada agencia.  Estrecha pancarta de sonrientes empresarios diversos aplauden gracias al orador o presentador por el seminario. La amplia imagen de felices empleados aplauden muestra de aprecio y reconocimiento. | Música tranquila e informativa. | Como se puede ver, cada proceso dentro de la organización de eventos tiene una función orientada a que todo fluya en orden, y evitar sorpresas o fallos en contra del objetivo planteado. Los organizadores de eventos son los llamados a coordinar todos los asuntos concernientes y adaptar el presupuesto a lo que desean lograr.  Con una buena señalización, el registro y control de asistentes y el área de mercadeo en marcha se logra tener bajo control la seguridad, la fluidez, la buena imagen del evento y la comunicación constante con el público, los proveedores, el organizador, los patrocinadores, y por supuesto, las empresas contratantes.  Recordemos entonces que cada evento plantea retos y una manera de gestionarse, porque cada cliente es diferente; por ello, acercarnos y conocer sus necesidades le suma valor a la comprensión del propósito de la compañía frente a su público objetivo. El organizador de eventos es un intermediario que logra cumplir los sueños de otra empresa y que logra sorprender a los asistentes, dejando en ellos recuerdos y experiencias inolvidables.  Cada evento y cada recinto donde se lleve a cabo un evento es diferente, todo depende de lo que el cliente busca, por lo que es necesario y recomendable escucharlo y entender lo que quiere, contemplando así sus necesidades. |  |
| **Nombre del archivo** | **623800\_v1** | | | |

**DESARROLLO DE CONTENIDO**

1. **Señalización, control y registro de participantes**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| La señalización se utiliza con diferentes fines, por ejemplo, para dirigir a los asistentes a algún lugar específico o para promocionar y destacar una marca, producto o negocio como tal. Su utilización dependerá del tamaño del encuentro, los eventos pequeños no tendrán necesidad de una gran cantidad de señalización, por el contrario, los eventos masivos requerirán más.  Algunas de las áreas donde la señalización cobra gran relevancia visual es en entradas, salidas (incluidas las de emergencia), áreas de registro, baños, zonas de alimentos y bebidas, zonas para fumadores, numeración de salones, entre otros. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Carrusel de tarjetas |
| **Introducción** | Debido a que existen muchos tipos de eventos, se deberán tener presentes varios requisitos a la hora de crear la señalización adecuada; dentro de estos se pueden encontrar: el tipo de espacio que se va a utilizar (al aire libre o en recinto cerrado), el tipo de asistentes al evento, el presupuesto disponible para la calidad y cantidad de la señalización, la duración del evento, entre otros.  Asimismo, se debe definir la clase de anuncios que se van a disponer en el lugar del evento, algunos ejemplos son: |

|  |  |
| --- | --- |
| **Cartel colgante**  Son visibles y tienen un mayor alcance. | Maqueta de banner textil en pared gris  **Imagen: 623800\_CF06\_i1** |
| **Gráficos de piso**  Sirven para orientar a las personas hacia algún lugar puntual del evento o para nombrar espacios de este. | Gráfica de Piso – Lito Express  **Imagen: 623800\_CF06\_i2** |
| **Señales digitales**  Son más costosas, pero tienen un mayor impacto visual en los asistentes. | Planos de Seguridad, Señalización y Rutas de Evacuación: ¿Qué es? ¿Para qué  sirve? ¿Por qué es importante? — Grupo Casa Lima  **Imagen: 623800\_CF06\_i3** |
| **Telones de fondo**  Sirven para eventos musicales y también para que los asistentes se tomen fotos. | Corporate Event Planning Photo Gallery - Heffernan Morgan Ronsley  #kuphalroyce91 | Corporate event design, Corporate events decoration,  Corporate event planning  **Imagen: 623800\_CF06\_i4** |
| **Proyecciones**  Se usan a manera de diapositivas que transmiten la información necesaria cuando no se cuenta con presupuesto para imprimir afiches, carteles colgantes o señales digitales. | Qué proyector de cine en casa comprar, ¿cuál es mejor?  **Imagen: 623800\_CF06\_i5** |
| **Carteles de *stands***  Son portátiles, se arman rápido y fácil, por lo que se pueden trasladar de un lugar a otro sin mucha complicación. | Maqueta de banners de stand publicitario | Archivo PSD Gratis  **Imagen: 623800\_CF06\_i6**  **Elaboración propia experto** |

**Aspectos para definir adecuadamente la señalización de un evento**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| ~~Según la Corporación Casa Lima (2022), algunos aspectos para tener en cuenta al momento de definir la señalización de un evento son:~~ |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Carrusel de tarjetas | |
| **Introducción** | Según la Corporación Casa Lima (2022), algunos aspectos para tener en cuenta al momento de definir la señalización de un evento son: | |
| Diseño publicitario azul exterior para identidad corporativa con elementos geométricos en color. Conjunto de diseño  **Imagen: 623800\_CF06\_i7 (Imagen similar)** | | |
| Debe leerse fácil y la información debe exponerse de manera breve. | | Cubierta de libro en blanco maqueta aislada y flotando en blanco  **Imagen: 623800\_CF06\_i8 (Imagen similar)** |
| Se debe utilizar una fuente en negrilla, en colores oscuros sobre un fondo claro, para proporcionar un alto nivel de contraste. | | Conjunto de fuentes con letras s, t, u, v, w, x, y, z. Conjunto rosa brillante. Representación 3D de la fuente de burbuja con glint.Ilustración vectorial de tipografía.  **Imagen: 623800\_CF06\_i9 (Imagen similar)** |
| Usar la información de manera descendente. Es importante usar fondos antirreflejos para personas con problemas de visión. | | Plantilla infográfica con 4 flechas de papel de color descendente, etiquetas, etiquetas. Se puede usar para diagrama, gráfico, diseño web.  **Imagen: 623800\_CF06\_i10 (Imagen similar)** |
| Recordar siempre que el evento debe ser incluyente, por lo tanto, es bueno tener espacios para personas que vayan en silla de ruedas, caminos adaptados, rampas, baños con accesibilidad, etc. | | Conjunto de signo de baño masculino femenino y deshabilitar símbolo de baño  **Imagen: 623800\_CF06\_i11 (Imagen similar)** |
| La señalización direccional debe proporcionar información clara y breve, evitar los párrafos, utilizar instrucciones, íconos y flechas cortas y al punto. | | Firmar  **Imagen: 623800\_CF06\_i12 (Imagen similar)** |
| Ser consistente en el orden en que aparece la información en las señales y utilizar la cantidad mínima de caracteres. | | Panel de caja de marco de ilustración 3d en internet con una campana sobre un fondo azul  **Imagen: 623800\_CF06\_i13 (Imagen similar)** |
| Utilizar símbolos reconocidos internacionalmente en los carteles. | | Conjunto de iconos de señal de internet de smartphone, icono de señal wifi.  **Imagen: 623800\_CF06\_i14 (Imagen similar)** |
| Siempre verificar las capacidades de impresión en el sitio. | | Iconos isométricos de producción de equipos de imprenta con tecnología digital y dispositivos de prensa offset aislados  **Imagen: 623800\_CF06\_i15 (Imagen similar)** |
| Usar plantillas prediseñadas con fondos blancos para las necesidades de última hora como, por ejemplo, agregar logotipos de patrocinadores. | | **Imagen: 623800\_CF06\_i16 (Imagen similar)**Plantilla cuadrada abstracta de moda con concepto geométrico. Capaz de usar para publicaciones en medios sociales, aplicaciones móviles, diseños de banners, anuncios web o de Internet. |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Por otro lado, se debe enfatizar en que el **proceso de acreditación** es muy importante; es el **primer contacto** entre el asistente y el evento, por esa razón debe ser cuidado en todos sus detalles. Esa primera experiencia puede **fidelizar clientes** o dejar una imagen negativa en ellos. |

**Proceso de acreditación**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Como se dijo anteriormente, la acreditación es el primer contacto entre el asistente y el evento. En esta, los coordinadores se deben encargar de generar un buen ambiente o estado, que procure comodidad, sencillez y facilidad en el proceso al asistente. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de recurso** | | Pestañas o tabs verticales |
| **Introducción** | | Como todo proceso, se presentan momentos o etapas las cuales, si se planean bien, pueden generar que fluya con agilidad la acreditación. Algunos aspectos a tener en cuenta en este proceso son: |
| Conjunto vectorial de iconos lineales relacionados con la aprobación, acreditación, control de calidad y afirmación. Pictogramas de línea monocroma y elementos de diseño infográfico  **Imagen: 623800\_CF06\_i17**  **Elaborar imagen similar** | | |
| **Equipos de trabajo** | Se deben tener presentes los equipos tecnológicos que se van a usar al momento de la acreditación y la cantidad de personal necesario para atender al público visitante. Es necesario tener una escarapela o algún elemento portable que permita identificar a los asistentes, ya sea física o digital. A ellos se les debe informar toda novedad, alertar sobre controles de seguridad y brindarles orden, con el fin de evitar largas filas y alargar el tiempo de espera. | |
| **Las acreditaciones** | Deben ser claras, concisas, legibles, incluir la información necesaria para identificar a la persona y tener un tamaño adecuado. Se aconseja un tamaño A6, aproximadamente. | |
| **Impresión *in situ*** | Esta opción empieza a recortar tiempos respecto a la tradicional impresión previa de todas las acreditaciones. Tan solo con identificar correctamente a los asistentes en la entrada, se puede imprimir el distintivo y entregar la acreditación en pocos minutos (Meetmaps, 2020). | |
| **Pulsera inteligente** | Se usa mucho en festivales, ya que sirve para acceder al evento y como medio de pago en los puestos de comida. Una vez se paga el tiquete de ingreso, se debe acceder a una aplicación de celular y a través de pagos electrónicos como PayPal o tarjeta de crédito, se recarga la pulsera con dinero. Al llegar al evento, el boleto se canjea por la pulsera y la recarga previa de dinero se verá reflejada. Un chip en ella permite acceder a las compras de artesanías, recuerdos, refrescos y comida, con un simple movimiento de mano. También se pueden hacer recargas de dinero durante el festival. | |
| **PDF con la entrada** | Se usa para eventos cuya entrada se puede pagar a través de ciertas plataformas. Cuando el usuario hace la compra, recibe un PDF que puede imprimir y presentar para ingresar directamente al evento. | |
| **Aplicación móvil** | Muchos eventos tienen su propia aplicación, para que el participante pueda acceder, crea con su identificación un código QR que puede mostrar a la entrada del evento, de esa manera ahorra tiempo en las filas de acreditación. | |

**1.1 Señalización preventiva e informativa**

**Señalización preventiva**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| En un evento masivo es imprescindible mantener la seguridad de todas las personas involucradas, por ello, la señalización preventiva es de gran importancia, ya que brinda a los asistentes instrucciones sobre cómo actuar en caso de emergencia y cuáles son las prohibiciones en ciertas áreas. Los desastres de origen natural o antrópico se pueden presentar en cualquier momento, por lo tanto, proteger la vida e integridad de los asistentes es una obligación de todo organizador de eventos. |

**Tipos de señalización preventiva**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Infografía estática |
| **Texto introductorio** | Como se mencionó, la señalización preventiva es muy importante para el cuidado de las personas o las condiciones del lugar, a continuación, se muestra su clasificación según el tipo de mensaje que brinda:  **~~Figura 1~~**  *~~Tipos de señalización preventiva~~* |
|  | |
| **Código de la imagen** | **Imagen: 623800\_CF06\_i18** |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Adicional a esa clasificación, también se debe tener presente que cada color de la señal brinda información específica. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Tarjetas animadas |
| **Introducción** | A continuación, se muestra cómo se clasifican las señales según los colores y las características que se deben tener presentes para que estas cumplan con su objetivo, además, la claridad que el mensaje debe tener para que sean fáciles de entender y de acatar en caso de una emergencia. |
| Las señales de tráfico más frecuentes cuyo significado has olvidado --  Autobild.es  **Imagen: 623800\_CF06\_i19** | **Rojo**  Alto, prohibición y equipo contra incendio |
| Señal amarilla plana simbolo atencion ilustración de Stock | Adobe Stock  **Imagen: 623800\_CF06\_i20** | **Amarillo**  Precaución y riesgo |
| Salir de emergencia señal verde aislar sobre fondo blanco. 2261326 Vector  en Vecteezy  **Imagen: 623800\_CF06\_i21** | **Verde**  Condición segura y primeros auxilios. |
| **Imagen: 623800\_CF06\_i22** | **Azul**  Obligación |

**Señalización informativa**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| A diferencia de la señalización preventiva, la informativa tiene como fin dar a conocer algo a los asistentes del evento, se puede usar para identificar los salones o las áreas (registro, alimentación, zonas para fumadores, etc.). También es importante para señalizar recorridos, en caso de que el recinto sea un espacio muy grande (esto permite la correcta circulación del personal y de los asistentes) y para mostrarles a los participantes el cronograma o plan del evento, con el fin de que tengan en cuenta las actividades, sus horarios y los espacios para la alimentación. |

**Clasificación de señalización informativa**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Infografía interactiva modal | |
| **Texto introductorio** | De manera general, estas señales se pueden clasificar así (EDT Eventos, s. f.): | |
| **~~Figura 2~~**  *~~Clasificación de las señales~~*Iconos de contorno sobre la navegación. Concepto tecnológico. Contiene iconos como ubicación, ruta de búsqueda, punto de conexión, GPS, mapas e información de tráfico. Vector de trazo editable de 256x256 píxeles perfecto  Fuente: EDT Eventos (s. f.)  Crear una imagen similar a la que se muestra, con el fin de que los íconos correspondan a las descripciones de cada clasificación. | | |
| **Código de la imagen** | **623800\_CF06\_i23** | |
| **Punto modal 1** | Ubicación | Aseguran al individuo la correcta y fácil localización de un punto concreto dentro de un espacio. Por ejemplo, la salida del edificio, los servicios, el comedor, etc. |
| **Punto modal 2** | Orientativas | Permiten que el público se sitúe en el espacio y pueda encontrar las zonas a las que quiere ir. |
| **Punto modal 3** | Dirección | Se trata, en esencia, de flechas que indican un camino para la correcta circulación. El mejor ejemplo son las flechas de los parqueaderos que indican dónde se encuentra la salida. |
| **Punto modal 4** | Informativas | Orientadas a aportar información al público sobre el entorno. |
| **Punto modal 5** | Decorativas | Su función principal es adornar el espacio, aunque en ocasiones también presentan información de manera sutil. |

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Otros aspectos para tener en cuenta con respecto a esta señalización son:   * Cuando se incluyen uniformes o camisetas para el personal de logística del evento, hay mayor orden, ya que los asistentes pueden reconocerlos fácilmente. * Los carteles colgantes pueden ser propicios dentro de eventos masivos como ferias comerciales y convenciones, porque son más visibles para los asistentes.   La tecnología siempre atraerá mayor cantidad de miradas: pantallas electrónicas y digitales se convierten en buenas aliadas a la hora de mostrar información o comunicar datos relevantes. La señalización digital tiene, además, otros beneficios, a saber:   * Debido a lo atractiva que resulta, convoca a una mayor cantidad de clientes al estand o al evento como tal. * Puede mostrar de manera interactiva, innovadora y moderna los servicios o productos de una compañía. * Los visitantes pueden estar informados acerca de las actividades del evento. * Los estands en las ferias comerciales pueden diferenciarse de manera positiva frente a la competencia. * Hay mayor interacción del cliente con el producto a través de pantallas táctiles que contengan información de interés, juegos, trivias o efectos de realidad aumentada. | |

**Planimetrías de señalización del evento**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| La planimetría es un plano técnico que contiene la representación a escala de todos los espacios con la ubicación de los elementos de video, iluminación, audio y escenario. Se elabora antes del evento y tiene como objetivo optimizar los recursos tecnológicos y la preparación de la propuesta comercial para la empresa contratante. |

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| En la guía gráfica se evidencia la ubicación de la señalética del evento, que sirve para que los asistentes sepan como movilizarse, por donde evacuar el lugar y la ubicación de los equipos de seguridad; de igual forma, en el plano se deben presentar las zonas de riesgo eléctrico y aquellas a las que no se puede acceder.  Para su creación se deben tener en cuenta algunos aspectos, como:Borradores de construcción de primer plano   * La distribución de las mesas y sillas para los invitados. * Los recursos audiovisuales que ocupan un importante espacio en el recinto del evento. * Pistas de baile. * Espacios para *buffet*, zona de alimentación y bebida.   **Imagen: 623800\_CF06\_i24** | |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Antes de elaborar este documento, es muy importante hacer una visita de inspección al lugar del evento, a fin de identificar áreas donde la señalización se ha utilizado con eficacia en el pasado, definir el material más apropiado según la localización y las condiciones climáticas, revisar los permisos y tiempos pertinentes para el uso de señalización exterior, como pancartas e identificar los puntos de montaje que deberán hacer personas capacitadas, etc. |

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| A escala técnica, según la Corporación Casa Lima (2022), la documentación que deberá contener el plano de señalización será la siguiente**:**  • Plano de ubicación y localización.  • Plano de arquitectura y distribución de mobiliario.  • Cálculo de aforo o máxima carga de ocupantes estimada.  • Plan de Seguridad o Plan de Contingencia.  • Cálculo de tiempo máximo de evacuación.  • Plano de señalización de equipos de seguridad.  • Plano de rutas de evacuación.  • Planos eléctricos  • Certificados de prueba y operatividad de equipos de seguridad. | |
|  | |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Una vez diseñado el plan, también se recomienda incluir una sección donde se brinden las directrices para almacenar letreros reutilizables que puedan funcionar en escenarios futuros; que se puedan donar o reciclar. Asimismo, es importante evaluar la señalización una vez finalice el evento, con el fin de determinar su efectividad y minimizar costos en una segunda oportunidad.  Dicho lo anterior, se puede entender que, contar con este documento y comprenderlo, ayuda a reducir las consecuencias que podrían presentarse a partir de una situación de riesgo. Cuando los empleados del evento conocen como actuar y hacia donde ir en una emergencia, se previenen accidentes y las posibilidades de salvar su vida y la de otros aumenta. |

**1.2. Control y registro de participantes**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| El proceso de registro o acreditación de asistentes a un evento es fundamental para su correcta identificación y segmentación, bien sea por profesiones, edades, cargos o simplemente por perfiles más básicos, como ponente, organizador, proveedor, patrocinador, asistente, etc. Es un proceso que debe desarrollarse ágilmente, ya que no existe nada más molesto y agotador que tener que esperar en una larga fila para poder entrar a un evento; por lo tanto, cualquier estrategia que disminuya los tiempos en este paso, el descontento de los invitados y una mala imagen, será bienvenida. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Acordeón tipo 1 |
| **Introducción** | A continuación, se mencionan aspectos importantes que se deben tener en cuenta en el proceso de registro o acreditación de los asistentes a un evento. |
| sostener el teléfono inteligente y escanear el código QR sobre la tableta para inscribirse en un seminario o reunión con gente borrosa de fondo. enfoque selectivo. el concepto de registro electrónico.  **Imagen: 623800\_CF06\_i25** | |
| En algunos eventos los asistentes pueden llegar con sus acreditaciones ya impresas tras haberlas recibido por correo electrónico con anterioridad o como “preinscritos”. En este caso, hay sistemas, *softwares* o aplicaciones que facilitan el proceso y brindan mayor agilidad. Utilizan un formulario donde se han registrado los datos del asistente, al cual el personal encargado accede con solo ingresar el nombre de este; el sistema arroja sus datos para imprimir y entregar la escarapela. Ahora también se utilizan los códigos QR que pueden ser enviados físicamente o por internet a la persona que va a asistir, luego de que esta haya ingresado sus datos en un formulario web, de manera que, a la entrada los empleados del evento puedan escanear el código e identificarla más fácilmente. | |
| Como se puede ver, el control del acceso es un mecanismo para verificar rápidamente que al evento solo entrarán personas acreditadas o registradas. Este control es una medida de seguridad que, además de facilitarle la labor al organizador durante el evento, le sirve para crear una base de datos que le ayude a gestionar diversas actividades, como enviar información, contactar posibles clientes, invitarlos a otros eventos, crear campañas promocionales, ofrecer bonos, descuentos o fidelizarlos para una recompra posterior. | |
| Cuanta más organización tenga el proceso de registro en la entrada del evento, menos probabilidades hay de aglomeraciones y, por tanto, mayor será la satisfacción de los asistentes al sentirse bien atendidos desde el inicio. | |

**Control de acceso**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| La tecnología es la mejor aliada a la hora de controlar el acceso de los participantes a los eventos. Existen muchos mecanismos para esa labor que añaden valor al encuentro, entre los cuales están: |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Rutas/pasos. Verticales 1 |
| **Introducción** | Mecanismos para control de acceso en un evento: |
| Fingerprint, Face ID, Barcode, Eye and QR Code Scanner. Identity Biometric Verification icon. QR Code Scan, Barcode Scan and Face Recognition icon set. Security, ID Scanner icons. Vector illustration.  **Imagen: 623800\_CF06\_i26** | |
| **Botón 1** | **NFC, tecnología inalámbrica de corto alcance:**  La comunicación de campo cercano (*Near Field Communication —NFC*—) es un sistema que se encarga de identificar y validar a las personas cuando se registran. Para darles ingreso se utilizan dispositivos que leen el celular de la persona o su tarjeta con chip NFC. |
| **Botón 2** | **Sistema de escaneo de códigos QR**Son códigos que se obtienen de manera fácil y a bajo costo. El participante se debe registrar en la página web del organizador o del proveedor que gestiona los boletos de entrada al encuentro, y recibe de vuelta un correo electrónico con su código QR personal. Al ingresar al evento se muestra el código, bien sea impreso o en la pantalla del celular, para que sea escaneado por personal logístico o por un lector de QR. |
| **Botón 3** | **Lectores biométricos**  Son sensores o dispositivos tecnológicos que pueden hacer una lectura de la voz, el rostro o las huellas dactilares del asistente al evento. |
| **Botón 4** | **Kioscos de registro automático**  Permiten registros individuales sin ayuda del personal del evento. Los solicitantes de registro pueden usar sus códigos QR para registrarse y evitar hacer fila. |

|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| Sea cual sea el tipo de evento y el tamaño de este, es importante contar con personal capacitado que pueda informar y dar respuesta oportuna a las preguntas o inquietudes de los asistentes, tanto dentro como fuera del recinto. El equipo de trabajo debe estar pendiente de los sistemas tecnológicos usados para el control de acceso; debe organizar la base de datos que se va formando con la participación de cada asistente, mantener orden en la entrada y estar altamente preparado para resolver cualquier problema de última hora, sobre todo en las puertas o en el control de ingreso (Lobbyfix, 2021).  Así como este control funciona para la entrada de asistentes al evento, también funciona para la salida, ya que permite evaluar el aforo y la permanencia del público dentro del recinto. El control del aforo es importante para saber la cantidad de personas que se encuentran en el espacio y evitar sobrecupo; de esta manera se pone como prioridad la seguridad de todas las personas. Con respecto al control de la permanencia, esta se hace para gestionar los flujos de entrada y salida y conocer los periodos de mayor afluencia durante el evento. | |

**Registro de participantes**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| En el siguiente video se muestran otros elementos referentes al registro de los participantes a un evento. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Video animación 2D | | | |
| **NOTA** | **La totalidad del texto locutado para el video no debe superar las 500 palabras aproximadamente** | | | |
| **Título** | El registro de los participantes | | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Sonido** | **Narración** | **Texto** |
| **1** | A partir de una imagen parecida, se resalta que el registro de los participantes es una herramienta para obtener datos: nombre completo, correo electrónico,  teléfono de contacto y  dirección.  Estos datos sirven para elaborar y enviar los certificados de asistencia al evento por diferentes canales de comunicación.Confiado hombre de raza mixta hipster con barba diciendo su nombre mientras se registra para participar en el administrador del foro encontrando su nombre en la lista mientras otras personas esperan su turnoPlantilla de certificado de apreciación, Certificado de logro, diploma de adjudicación | Sonidos de interactividad que generen atención | Esta herramienta sirve para obtener los datos personales y de contacto de los asistentes al evento, entre ellos el nombre completo, el correo electrónico, el teléfono de contacto y la dirección. Si se desea obtener un perfil mucho más amplio, se pueden agregar campos como la edad, la profesión, y por supuesto, preguntas que busquen capturar información acerca de la manera como se enteraron del evento.  Los datos sirven tanto para poder imprimir los certificados de asistencia o enviarlos a los correos electrónicos de cada asistente, como para diseñar futuras estrategias de mercadeo orientadas a un público específico. | Obtener datos  Certificación |
| **2** | Para hacer alusión a la venta de la base de datos, se proyecta una imagen para resaltar la tercera casilla para la aceptación o negación de compartir sus datos.  Para hacer alusión al registro también se menciona el formulario en línea (y se proyecta la imagen).  Página de inicio del formulario en línea | Sonidos de interactividad que generen atención | Si el organizador desea vender a terceros la base de datos recopilada, por ejemplo, a patrocinadores del evento, en el formulario debe incluir una casilla para que la persona pueda aceptar o no que se compartan sus datos, al igual que recibir o no información comercial que no tenga que ver con el evento.  Normalmente, el proceso de registro se hace a través de un formulario en línea, bien sea a la entrada del evento, o diligenciado por los asistentes previo a su llegada, lo que hace que sea mucho más fácil su ingreso. A pesar de que en la actualidad los registros manuales no son muy apetecidos, es interesante saber que aún los usan empresas que crean eventos no tan grandes y a las que este tipo de registro les resulta conveniente y rentable, ya que solo necesitan una lista de invitados y un lapicero para identificarlos al momento de su llegada. |  |
| **3** | A medida que se narra el texto, se proyecta la imagen similar haciendo alusión a qué existen diferentes tipos de accesos tecnológicos.  Pulsera de plástico de entrada al evento, pase la muñeca para el concierto. Banda de la muñeca con código qr vacunado. Vip party access control vector conjunto de pases de identificación para ilustración de evento de acceso | Sonidos de interactividad que generen atención | Como se mencionó en la sección de control de acceso, hay muchas formas tecnológicas que contribuyen a la fluidez del proceso de registro (códigos QR, pulseras, lectores biométricos y muchas más herramientas); sin embargo, este punto siempre será el primer contacto con el usuario, y allí también se pueden presentar algunos inconvenientes que se deben tener en cuenta y que pueden suceder a pesar de la tecnología con la que se cuente. Veamos: |  |
| **4** | Al mencionar a los no invitados, se proyecta una imagen similar donde se detallan los aspectos de los que quieren colarse.La mano de seguridad fija una cinta roja que cierra el pasaje  Luego, para hablar de la entrega de materiales se muestra una imagen similar con el fin de detallar estos aspectos del evento.  Fotos reales, plantilla de maqueta de papel encuadernado en espiral con tapa de papel negro, aislada en fondo gris claro. Alta resolución. | Sonidos de interactividad que generen atención | * Personas sin invitación: Son las que desean colarse al evento sin haber pagado su entrada o sin haber sido invitados. Esto ocasiona pérdida de tiempo y ralentiza la fila mientras se soluciona el inconveniente, además de que puede generar conflictos con los asistentes al evento y el personal. * Entrega de materiales: En ocasiones, en los eventos se entregan algunos materiales a la entrada, como bolsas o tulas con el logo de la empresa organizadora, el programa, recuerdos, pulseras, tiquetes para bebidas o alimentos, entre otros objetos; por ello es importante que todo esté organizado en la mesa de registro con anticipación para garantizar la fluidez en el ingreso. |  |
| **5** | Para este ítem, la imagen similar describe lo dicho en el texto.  Mujer joven sorprendida mirando por la mirilla de su puerta principal. | Poner si habrá un sonido o música de fondo | * Invitados inesperados: En muchas ocasiones puede suceder que un invitado de alto perfil trae a uno de sus amigos a última hora al evento, y este también desea participar. Por obvias razones, esto puede crear dificultades al momento del registro; sin embargo, se deberá llegar a un acuerdo con el administrador del evento, con la intención de saber cómo proceder. |  |
| **Nombre del archivo** | **623800\_v2** | | | |

1. ***Merchandising* en los eventos**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| El *Merchandising* en los eventos es una técnica del mercadeo que se enfoca en conectar a la audiencia con la marca, destinando todos los esfuerzos a que el comprador valore y adquiera el producto de la manera más rentable, tanto para él, como para el fabricante y el distribuidor. Se puede decir que el *merchandising* es una de las herramientas más efectivas y con menor costo para la empresa que la implementa. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Slider Presentación | |
| **Introducción** | Lo siguiente son algunas apreciaciones sobre el *Merchandising* en los eventos: | |
| Sabemos que los eventos implican esfuerzo; organizarlos exige tener presente una serie de detalles mínimos que, si se dejan por fuera, pueden tener un impacto negativo en el resultado final. En un evento todo cuenta: desde la correcta selección del espacio, el lugar para ubicar carteles, propaganda o señalización, la música, los equipos tecnológicos, etc.; todo evento requiere de organización y disposición de factores económicos y humanos para su éxito. | | **Imagen: 623800\_CF06\_i27**Hora de planeación de caracteres de personas y fecha de marcación de eventos en el calendario y administración del conjunto de vectores de programación |
| La selección de los regalos publicitarios, por ejemplo, es una de las estrategias más aplicadas por los organizadores para afianzar la comunicación entre la marca y el cliente. Al tener el logo impreso de la compañía, dan mayor visibilidad y funcionan como publicidad gratuita en el entorno donde se mueve el cliente. Esta estrategia siempre deberá ir incluida en una completa campaña de mercadeo, ya que los compradores se fidelizan y se convierten en los perfectos embajadores a través del voz a voz. | | **Imagen: 623800\_CF06\_i28**Tarjetas de bonificación y regalos. Mano sostiene bolsas, bonos y premios. Afiche publicitario o banner para el sitio web. Oferta especial para clientes habituales. Diseño de cupones o cupones. Dibujo vectorial plano de dibujos animados |
| Los detalles son importantes porque generan emociones, y cuando pueden ser usados por más de un miembro en la familia, se aumenta la posibilidad de que el cliente recuerde a la empresa organizadora por mucho más tiempo. Los motivos que pueden llevar a una compañía a hacer uso de esta estrategia pueden ser varios, por ejemplo:   * Agradecer y fidelizar. Los obsequios crean lazos positivos con los asistentes a los eventos. * Tener mayor visibilidad. En este sentido, es necesario que el detalle siempre esté marcado con el logo de la empresa. * Estimular las ventas. El regalo puede contribuir a aumentar el deseo de una nueva compra por parte del cliente. * Impacto. En lo posible el detalle debe ser útil. * Imagen de marca. Un regalo denota profesionalismo e interés de la compañía por sus usuarios. | | Concepto de programa de fidelidad. Programa de marketing de lealtad al cliente, tarjeta de descuento de recompensa, tienda de clientes minoristas. Diseño publicitario  **Imagen: 623800\_CF06\_i29** |
| A pesar de que estos regalos se asocian a eventos presenciales, y en particular se entregan cuando el asistente se registra, recordemos que con la pandemia, las actividades comenzaron a desarrollarse de manera virtual, lo que despertó la creatividad de muchas empresas para generar experiencias y disminuir la distancia física más allá de las pantallas. La planificación de las estrategias de mercadeo cobró mayor fuerza a la hora de establecer lazos entre los clientes y suscitar en ellos afinidad con las marcas. En ese momento, los regalos promocionales cobraron relevancia y empezaron a ser enviados a las casas de cada asistente antes del evento; luego, en algún momento del encuentro, habría un ‘regalo sorpresa’ o una actividad con los materiales enviados. | | **Imagen: 623800\_CF06\_i30**Escena de tienda digital de internet con mujer de compras. Ilustración publicitaria del comercio electrónico. servicio de entrega rápida en línea. Manos sosteniendo una caja de paquetes con comestibles fuera de la pantalla móvil. Entrega de alimentos. |

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| Sea cual sea el tipo de evento que se organice, es importante incluir una estrategia de *merchandising* por sus múltiples beneficios. |

**~~2.1~~ Tipos de *merchandising* para eventos y su aplicación**

|  |
| --- |
| Cuadro de texto |
| A continuación, se presentan las múltiples opciones que existen para llevar a cabo el *merchandising*: |

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Rutas/pasos. Verticales 1 |
| **Introducción** | Tipos de *merchandising* para eventos y su aplicación: |
| Merchandise line icons, signs set, vector. Merchandise outline concept, illustration: merchandise,sale,store,isolated,debusiness  **Imagen: 623800\_CF06\_i31** | |
| **A** | ***Merchandising* del punto de venta:**  Son las acciones que se emprenden para que el cliente recuerde la marca. Pueden ser varias, por ejemplo: cuando un evento tiene una muestra comercial y las empresas participantes disponen sus estands para los asistentes, se está aplicando una estrategia de *merchandising* fuera del punto de venta. Igual sucede con los regalos o ‘recordatorios’, pues el consumidor los recuerda y ayudan a incrementar la imagen de la compañía y afianzar los lazos con ella. El secreto de esta estrategia está en el valor añadido que ofrecen, muchas veces a bajo costo.  Casi cualquier objeto puede personalizarse con el logo y la información de contacto de la compañía; sin embargo, a la hora de elegir el más adecuado para el tipo de público que asiste al evento, se debe tener en cuenta su perfil, rango de edad, intereses y la manera como el objeto se relaciona con el quehacer de la empresa. Para ilustrarlo, pensemos en un evento de informática al que acudirán ingenieros: los objetos promocionales deberían estar pensados para ellos, y por lo tanto, pueden ser accesorios tecnológicos, *pads* para el ratón del computador, forros para el portátil, etc. |
|  | Para evitar errores, también se pueden hacer encuestas en línea a los clientes con el fin de conocer mejor sus preferencias. Algunas ideas de regalos pueden ser:   * Regalos de patrocinadores. Es una labor importante conseguir empresas que sirvan de patrocinadoras para el evento. La mayoría aporta sus detalles para que sean entregados a los clientes. Esto es un beneficio en doble vía, ya que el organizador puede obsequiar a cada asistente una caja con su marca y alguno de sus productos, junto con varios regalos de los patrocinadores, así todos se dan a conocer o afianzan su presencia entre los asistentes. * Charlas o talleres como regalos. Se puede dar una tarjeta de regalo para participar de manera gratuita o con un descuento especial en un próximo evento de la compañía. * Regalos virtuales. Incluyen tarjetas de regalo con descuentos en productos o servicios de la marca comprados en línea, acceso a cursos, descarga de material o libros digitales. * Bolsas ecológicas. Pueden ser utilizadas tanto dentro del evento para guardar elementos del cliente, como por fuera del mismo, donde serán vistas por muchas más personas en lugares diferentes. * Cuadernos y libretas personalizadas. Son funcionales para eventos corporativos empresariales. Es un regalo muy viable, ya que los asistentes podrán utilizarlo de manera inmediata para tomar sus notas del evento. * Tazas personalizadas. Se usan luego del evento, y al igual que las bolsas ecológicas, pueden ser vistas por muchas más personas, incitando en ellas el deseo de compra. |
| **B** | ***Merchandising* de seducción:**  Es la creación de ambientes atractivos para el comprador con el objetivo de ofrecerle la sensación de haber llegado a un evento único y no simplemente a una celebración más. Dentro de estas estrategias se incluyen sonidos, degustaciones, olores, colores y recursos visuales en general. Un ejemplo son las experiencias sensoriales de aromatización, una técnica que puede tener gran impacto y recordación en la mente del consumidor. Cuando se aromatizan los espacios, como el recinto del evento, se busca conectar al público a través del sentido del olfato para un fin comercial que puede incrementar su percepción positiva frente a la marca, evocar emociones que hagan que el visitante desee quedarse por más tiempo allí, o comprar, si es que existe una feria o puntos de venta en el sitio.  En los eventos también se pueden tener en cuenta los significados de los colores, por ejemplo: el rojo para aumentar la vigilancia y la memoria; el azul para evocar la tranquilidad; el verde para aliviar el estrés, etc. De la misma manera, se deben tener presentes las imágenes, algunas irradian energía y vitalidad, mientras otras transmiten calma y serenidad. |
| **C** | ***Merchandising* editorial:**  Es la acción que posiciona productos o marcas en películas, series, videos musicales y telenovelas, con el objetivo de incitar el recuerdo y el refuerzo de imagen. Un ejemplo aplicado a los eventos es cuando un cantante decide realizar su video promocional y lo hace directamente en la sede del evento, esto logra crear interés en la audiencia e incita a conocer el lugar y comprar las entradas. |
| **D** | **Vitrinismo:**  Trabaja de la mano del *merchandising* de seducción para incitar al cliente a la compra a través de la sonorización, colores e iluminación de la vitrina de un almacén. En eventos, por ejemplo, se usa en la entrada al lugar donde este se desarrollará. |
| **E** | ***Merchandising* digital:** Son todas las actividades que puede desarrollar un estratega digital para vender un producto o servicio a través de las plataformas digitales. En el caso de los eventos, se pueden usar promociones en redes sociales u ofertas rápidas para que los clientes potenciales elijan hacer la compra para asistir al evento. |

**SÍNTESIS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Síntesis |
|  | |
| **Introducción** | La señalización, el registro de participantes y el *merchandising* del evento son necesarios para generar un mayor control y fidelización de los asistentes, a continuación, se muestra la síntesis de este tema. |
| **~~Figura 3~~**  *~~Síntesis de la señalización~~*  ~~Fuente: elaboración propia~~  **Imagen: 623800\_CF06\_i32** | |

**ACTIVIDAD DIDÁCTICA**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Actividad didáctica. Opción múltiple | |
| La siguiente actividad le permitirá validar los conocimientos obtenidos durante el desarrollo de este componente formativo. Elija la opción correcta según la pregunta o enunciado. ¡Muchos éxitos! | | **Imagen 1: 623800\_CF06\_i33**ejercicio de prueba de estudiantes, exámenes de respuesta en tablet con múltiples preguntas de elección haciendo clic con el dedo, Concepto La tecnología educativa usa hardware físico, informática, tecnologías de aprendizaje en línea |
| 1. **¿Cuál es el objetivo común de toda señalética?** | | Sistema de señalización polígono  **Imagen: 623800\_CF06\_i34** |
| Comunicar y permitir que, a primera vista, se entienda el mensaje a través de sus palabras y representaciones gráficas. | | Simplificar procesos que anteriormente tardaban el doble del tiempo. |
| Delimitar el tiempo y el espacio para los asistentes del evento. | | Disminuir los costos del evento y aumentar la publicidad paga. |
| R/= Emplear correctamente un sistema de señalización dentro de un evento, va a contribuir no solo a su fluidez, sino también a la seguridad de los asistentes y del mismo establecimiento. | | |
| 1. **Algunos aspectos que se deben tener en cuenta a la hora de definir la señalética de un evento son:** | | Tienda de bodas preparada para una boda al aire libre u otro evento. sillas preparadas para una ceremonia al aire libre  **Imagen 3: 623800\_CF06\_i35** |
| Objetivo del evento, lugar, duración y tipo de asistentes que se espera. | | El tipo de asistente que se espera, los regalos corporativos y la ubicación de los asistentes. |
| La ubicación de los asistentes y los lectores biométricos. | | Los carteles colgantes y la prensa. |
| R/= Estos aspectos se deben tener en cuenta para delimitar correctamente las zonas. | | |
| 1. **Área encargada del primer contacto físico con el participante y que requiere de un enfoque de calidad en la experiencia que brinde:** | | **Imagen 4: 623800\_CF06\_i36**persona que trabaja en laptop y administración con lista de comprobación de documentos en el lugar de trabajo, concepto de sistema de procesos de oficina comercial |
| Registro y control | | Emergencias |
| Mercadeo | | Atención al cliente |
| R/= Esta área es la encargada del primer contacto físico con el participante, y por tanto, requiere un enfoque de calidad en la experiencia que brinde. Es necesario eliminar al máximo las filas largas y contar con una base de datos que le sirva al organizador para evaluar posteriormente el éxito de lo realizado y detectar posibles fallas para aplicar los correctivos pertinentes en un próximo encuentro. | | |
| 1. **Una de las funciones del *merchandising* es:** | | Concepto de desarrollo de la estrategia de comercialización  **Imagen 5: 623800\_CF06\_i37** |
| Simplificar procesos que anteriormente tardaban el doble del tiempo. | | Estimular las ventas a través de los regalos corporativos. |
| Registrar a los invitados inesperados. | | Contactar a los invitados por correo electrónico. |
| R/= Este tema se refiere a una técnica del mercadeo que se enfoca en conectar a la audiencia con la marca, por tanto, es una de las herramientas más efectivas y de menor costo para la empresa que la implementa. | | |
| 1. **La mayor razón para implementar una correcta señalización en un evento es:** | | **Imagen 6: 623800\_CF06\_i38**Information signs for a business center. White icons on deep blue background |
| Seguridad y fluidez | | Generar dinero |
| Generar publicidad de la empresa contratante. | | Lograr una correcta ubicación de sillas y mesas. |
| R/= Una correcta señalización siempre buscará salvar vidas ante cualquier emergencia. | | |
| 1. **El tipo de anuncios que son más costosos, pero tienen mayor impacto visual en los asistentes es:** | | Mujer joven usando teléfono inteligente  **Imagen 7: 623800\_CF06\_i39** |
| Señales digitales | | Gráficos de piso |
| Telones de fondo | | Cartel colgante |
| R/= Este tipo de señalización es mucho más llamativa, elegante, genera estatus y puede ser reutilizable. | | |
| 1. **Este medio se usa en festivales a modo de acceso al evento y también como medio de pago en los puestos de comida.** | | **Imagen 8: 623800\_CF06\_i40**Prueba de PCR de Coronavirus Negativo Brazo de Código QR para la compra |
| Pulsera inteligente | | PDF con la entrada |
| Aplicación móvil | | Impresión *in situ* |
| R/= Una vez se paga el boleto del evento, se recarga la pulsera con dinero, y cuando esté lista, servirá con su chip para acceder a las compras de artesanías, recuerdos, refrescos y comida dentro del evento, con un simple movimiento de mano. | | |
| 1. **Este tipo de señales se usan para identificar las zonas seguras. Por ejemplo, ‘Ruta de evacuación’ o ‘Punto de encuentro’.** | | SEÑALES DE PROTECCIÓN CIVIL, PRIMERO SEGURIDAD  **Imagen 9: 623800\_CF06\_i41** |
| Informativas | | Preventivas |
| Emergencia | | Circulación |
| R/= Las señales informativas son aquellas orientadas a aportar información al público sobre el entorno que lo rodea. | | |
| 1. **El mecanismo para verificar rápidamente que al evento solo entrarán las personas acreditadas o registradas se llama:** | | **Imagen 10: 623800\_CF06\_i42**una mano masculina que detiene el efecto dominó. concepto de control de riesgos y ejecutivo de imágenes de estilo retro una mano masculina que detiene el efecto dominó. concepto de control de riesgos y ejecutivo de imágenes de estilo retro |
| Control | | Registro |
| Evacuación | | Asistencia |
| R/= El control del acceso es un mecanismo para verificar rápidamente que al evento solo entrarán las personas acreditadas o registradas. Este control se debe llevar a cabo como medida de seguridad y para facilitar la labor del organizador, no solo al momento del evento como tal, sino para que, con la información recopilada de los participantes, pueda tener una base de datos para mercadeo, encuestas, invitación a otros eventos, etc. | | |
| 1. **Los lectores biométricos son:** | | **Imagen 11: 623800\_CF06\_i43**Ilustración vectorial de autenticación biométrica. Conjunto de reconocimiento de la cara e icono de huella dactilar, concepto simple .Eye id .10 eps |
| Sensores o dispositivos tecnológicos que tienen la capacidad de realizar una lectura de la voz, el rostro o las huellas dactilares del asistente al evento. | | Tecnología inalámbrica de corto alcance. |
| Dispositivos que permiten registros individuales sin ayuda del personal. Los solicitantes de registro pueden usar sus códigos QR para registrarse y evitar hacer colas. | | Una máquina que permite lecturas fluidas dentro del evento. |
| R/= La biometría es una tecnología de identificación basada en el reconocimiento de una característica física e intransferible de cada ser humano, un rasgo único, como la huella dactilar o la forma de las orejas. Gracias a la biometría, se pueden obtener varios beneficios: el control del acceso y presencia de las personas en el evento, un medio de pago, un medio de autentificación o una lucha contra el fraude. | | |
| 1. **Uno de los inconvenientes que más se puede presentar dentro del evento es:** | | **Imagen 12: 623800\_CF06\_i44**Gente haciendo cola esperando por comprar café en la mañana.  Hombre y mujer ordenados en línea con el ocupo |
| Personas no invitadas | | Emergencias sanitarias |
| Escándalo por omisión | | Desmayo de un asistente |
| R/= Son las personas que desean colarse al evento sin haber pagado su entrada o sin haber sido invitadas. Esto hace perder tiempo y ralentiza la fila mientras se soluciona el inconveniente. | | |

**MATERIAL COMPLEMENTARIO**

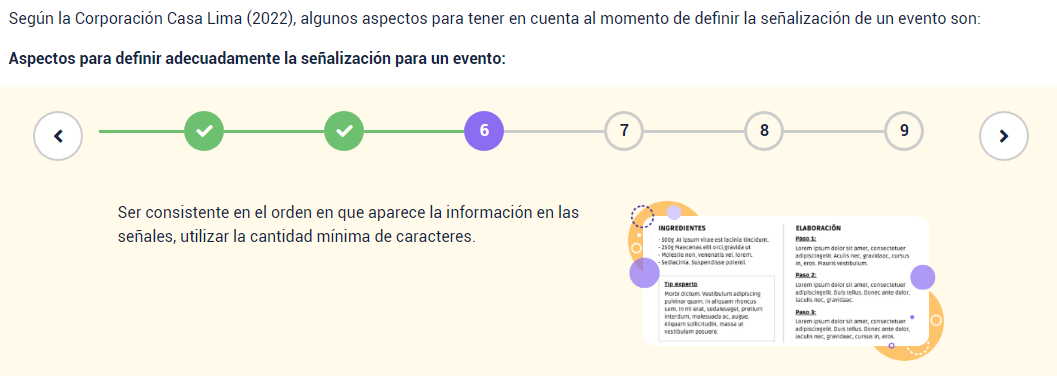
|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tipo de recurso | Material complementario | | |
| Tema | Referencia APA del material | Tipo | Enlace |
| Organización de eventos | Galmés, M. (2010). *La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing*. [Tesis doctoral]. Modelo integrado y experiencial. Universidad de Málaga. <https://dspace-libros.metabiblioteca.com.co/jspui/bitstream/001/356/5/978-84-9747-609-6.pdf>. | Tesis doctoral | <https://dspace-libros.metabiblioteca.com.co/jspui/bitstream/001/356/5/978-84-9747-609-6.pdf>. |
| Organización de eventos | Rocha da Cruz, F. (2021, enero-marzo). La organización de eventos públicos y *disneyización* de la sociedad: estudio de casos en el centro de la ciudad de Oporto. *Aposta, Revista de Ciencias Sociales* (88), pp. 30-48. <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/fmrcruz3.pdf> | Artículo | <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/fmrcruz3.pdf>. |
| Señalética | Bula, D. (2017). *Propuesta práctica de diseño de señalética para la facultad de la Facultad de Bellas Artes*. Universidad Politécnica de Valencia. <https://bit.ly/3g2m4ex>. | Artículo | <https://bit.ly/3g2m4ex>. |
| *Merchandising* | Vallejo, J. (2018, enero). Iniciativas de mercadeo ambiental y digital *signage* en las ferias comerciales como aporte al desarrollo sostenible. [*Pensamiento & Gestión*](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_serial&pid=1657-6276&lng=en&nrm=iso)(44). <https://bit.ly/3GePuRb>. | Artículo | <https://bit.ly/3GePuRb>. |
| *Merchandising* | Valverde, P. (2017). *Proyecto de atracción y merchandising sobre Nikola Tesla para un parque temático*. [Tesis de grado]. <http://hdl.handle.net/10251/94003>. | Tesis de grado | <http://hdl.handle.net/10251/94003> |

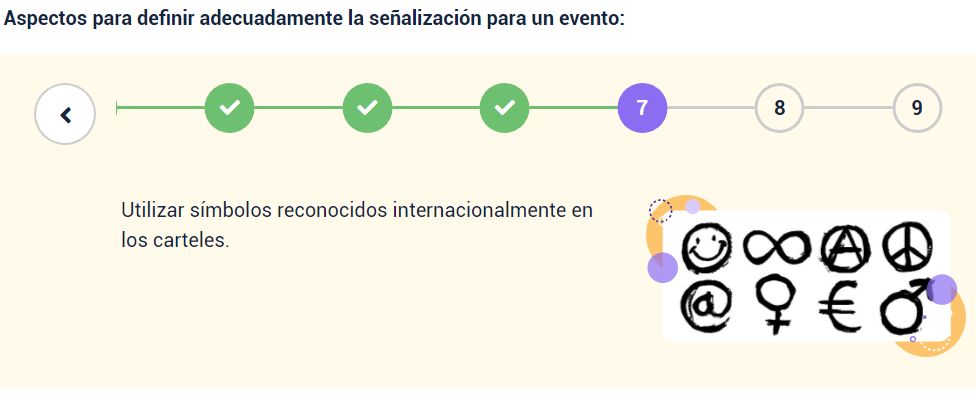
**GLOSARIO**

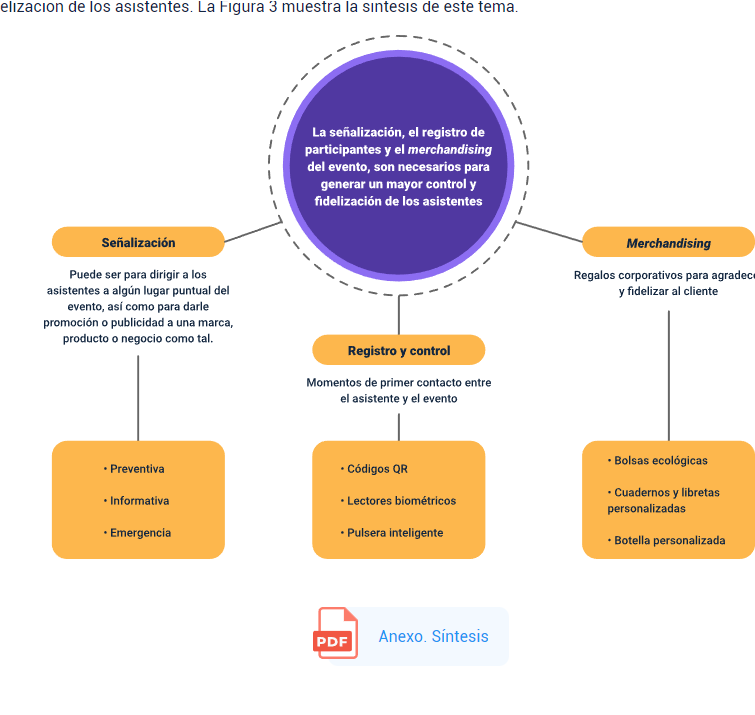
|  |  |
| --- | --- |
| Tipo de recurso | Glosario |
| Biometría | Toma de medidas físicas, de forma estandarizada, de seres vivos o procesos biológicos. La biometría también es el reconocimiento de las personas mediante sus rasgos físicos o conductuales, para lo que se utiliza la tecnología. La más conocida es el reconocimiento facial, de huellas dactilares y de retina. |
| Cliente | Persona natural o jurídica que compra un producto o usa los servicios profesionales de otra. |
| Código QR | Son la evolución de los códigos de barra. Sirven para almacenar información que puede ser legible en ciertos dispositivos tecnológicos. |
| *Merchandising* | Conjunto de estrategias que apuntan a la promoción y venta de productos tanto dentro como fuera del punto de venta (Hotmart, 2022). |
| Plano del evento | Documento que muestra el espacio del salón designado para una exposición, evento o espectáculo. También muestra en detalle el espacio que puede ocupar cada estand, el área de registro, las entradas y salidas, etc. |
| Registro de asistencia | Proceso por el cual los asistentes al evento se acreditan y son admitidos para su ingreso. |
| Satisfacción del cliente | Es la medición de la respuesta que los consumidores tienen con respecto al servicio o producto de una marca. Las calificaciones son referentes para mejorar el servicio que se les ofrece y para conocer en detalle lo que necesitan (HubSpot, 2021). |
| Señalética | Es una estrategia importante para potenciar la imagen de marca, señalizar zonas y espacios, y decorar un evento de manera creativa y única. |
| Sistema de seguridad | Conjunto de elementos y de sistemas de orden electrónico y físico, además de la intervención de una adecuada vigilancia humana, que proporciona un resultado eficiente de seguridad en relación directa con el riesgo de inseguridad que soporta una sociedad (Villavicencio y Genner, 2013). |
| Tecnología NFC | Es la comunicación de campo cercano; solución digital que permite conectar dispositivos de manera inalámbrica y muy sencilla de utilizar. Se suele utilizar para emparejar dispositivos móviles con otros sistemas con solo acercarlos, y también para compartir archivos, enlaces o imágenes (BBVA, 2022). |

**REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipo de recurso** | Bibliografía |
| BBVA (2022). *Cómo aprovechar la tecnología NFC de tu celular*. <https://www.bbva.com/es/ar/como-aprovechar-la-tecnologia-nfc-de-tu-celular/> | |
| Corporación Casa Lima (2022). Certificado de Defensa Civil: Requisitos. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/certificado-de-defensa-civil-requisitos-corporacioncasalima/?trk=pulse-article_more-articles_related-content-card&originalSubdomain=es> | |
| |  | | --- | | EDT Eventos (s. f.). *Señalética y eventos: cómo delimitar tus espacios correctamente*. | | Hotmart (2022). ¿Qué es el *merchandising* y cómo aplicarlo en tu negocio? <https://hotmart.com/es/blog/merchandising> | | Hubspot (2022). *Satisfacción del cliente: qué es, sus elementos y cómo medirla*. <https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-del-cliente> | | Lobbyfix (2021, 7 de junio). *Control de accesos para eventos.* Siete reglas para evitar el caos. <https://bit.ly/3gaZpwt> | | Meetmaps (2020). *Nueve tips para la acreditación de tu evento o congreso*. <https://bit.ly/3EaaENI> | | Villavicencio, J. y Genner, P. (2013). *Implementación de equipos de monitoreo y seguridad basado en cámaras ip en el almacén Lindón García representaciones del cantón Tosagua*. [Tesis de grado]. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Calceta. <http://190.15.136.145/bitstream/42000/82/1/TESIS%20JENNIFFER%20VILLAVICENCIO%20Y%20GENNER%20PALADINES.pdf> |   Dirección de Prevención y Atención de Emergencias [DPAE] (2011). *Señalización y plan de evacuación*. DPAE. | |

****

****

****