INTRODUCCIÓN

Existen numerosos eventos en el ámbito empresarial, desde una simple reunión, pasando por un *briefing* hasta un gran evento, como puede ser un congreso.

Las características y los objetivos son bien distintos. Por ello, es necesario para cualquier profesional que vaya a organizarlos, que forme parte de un comité de organización o, simplemente, que quiera conocerlos como enriquecimiento profesional.

Este libro se divide en dos partes bien diferenciadas: **organización de eventos** y **protocolo empresarial**, aunque como veremos, ambas partes guardan relación directa; así, por ejemplo, será necesario para organizar una reunión de negocios conocer cómo se organiza, cuál será la disposición de la sala más oportuna, pero también serán necesarias unas reglas básicas de protocolo que nos permitan desenvolvernos dentro de la reunión con cierta soltura sin poner en riesgo nuestra imagen y la imagen de la empresa a la que representamos.

En la primera parte del libro se describirán los principales eventos corporativos, algunos de menos envergadura que otros, ya que dependerá, sobre todo, del tipo de empresa. Así, por ejemplo, en una pequeña empresa será difícil organizar unas jornadas, pero siempre se podrán organizar eventos (de menor envergadura) y no por ello debemos descuidar la organización e imagen del mismo.

En la segunda parte del libro describimos una de las mejores habilidades que cualquier profesional puede tener; dominar las técnicas de protocolo en la empresa, sin duda le ayudarán y le abrirán puertas en el ámbito empresarial.

PARTE I

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CORPORATIVOS

Capítulo 1

EVENTOS CORPORATIVOS - GENERALIDADES

OBJETIVOS:

¿Sabría explicar qué diferencias existen entre una conferencia y una jornada? ¿Conoce cuáles son los aspectos más importantes a tener en cuenta a la hora de asistir a una reunión? Si alguien en su empresa le dice que tiene que asistir a un *Workshop*, ¿sabe a qué tipo de evento asistirá?

A lo largo de este capítulo trataremos de conocer de una forma genérica las particularidades que tiene cada evento corporativo, desde una cena de gala hasta un *brainstorm*.

1.1 INTRODUCCIÓN

La palabra **evento**, del latín *eventus*, significa acontecimiento, suceso, eventualidad. Por otro lado, un evento es una reunión de personas que conlleva un motivo en particular. Tanto los eventos sociales como los populares tienen como objetivo la diversión. Por el contrario, los corporativos tienen como objetivo la vinculación para la negociación, la incentivación, la capacitación y el trabajo, entre otros.

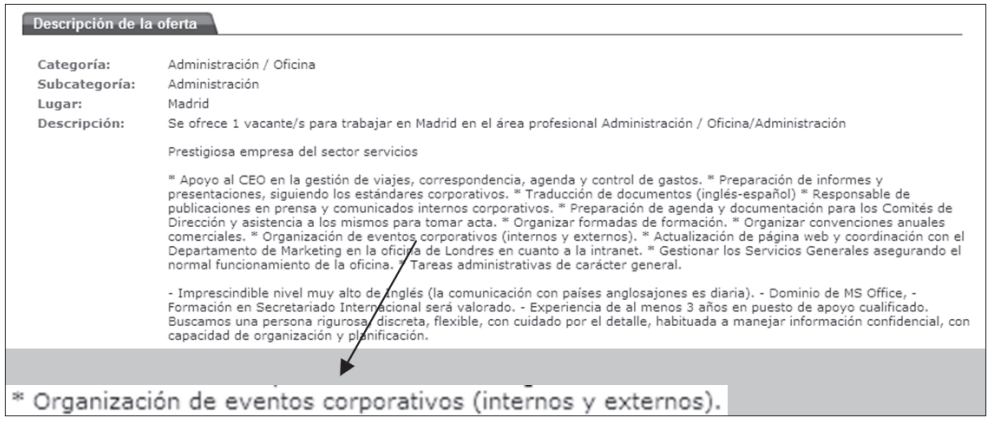
Para que exista un evento es necesario reunir personas en un lugar determinado con un fin y que exista vinculación entre las partes.

Las organizaciones, con el objetivo de mantener latentes sus contactos comerciales, publicitarse y, en definitiva, mantener un intercambio de información, tanto externa como interna, organizan eventos corporativos de muy diversa índole. Es por ello que, cualquier profesional que se precie, tendrá en algún momento de su vida profesional que organizar y/o asistir a algún evento corporativo. Por esta razón, se hace necesario

conocer los aspectos generales de cada uno de ellos, sus características, formatos y demás normas que le permitan desenvolverse con cierta soltura. A lo largo de este primer capítulo enumeraremos todos los eventos y sus características más importantes.

NOTA:

En determinados puestos de trabajo relacionados con el secretariado, administrativo, etc., se hace muy útil el saber organizar cualquier evento corporativo; también existen empresas dedicadas expresamente a estos menesteres. La imagen siguiente muestra una oferta de trabajo real, donde se solicita expresamente que el profesional sepa organizar eventos.



Descripción de la oferta

Categoría: Administración / Oficina
Subcategoría: Administración
Lugar: Madrid
Descripción: Se ofrece 1 vacante/s para trabajar en Madrid en el área profesional Administración / Oficina/Administración

Prestigiosa empresa del sector servicios

* Apoyo al CEO en la gestión de viajes, correspondencia, agenda y control de gastos. * Preparación de informes y presentaciones, siguiendo los estándares corporativos. * Traducción de documentos (inglés-español) * Responsable de publicaciones en prensa y comunicados internos corporativos. * Preparación de agenda y documentación para los Comités de Dirección y asistencia a los mismos para tomar acta. * Organizar formadas de formación. * Organizar convenciones anuales comerciales. * Organización de eventos corporativos (internos y externos). * Actualización de página web y coordinación con el Departamento de Marketing en la oficina de Londres en cuanto a la intranet. * Gestionar los Servicios Generales asegurando el normal funcionamiento de la oficina. / Tareas administrativas de carácter general.

- Imprescindible nivel muy alto de inglés (la comunicación con países anglosajones es diaria). - Dominio de MS Office, - Formación en Secretariado Internacional será valorado. - Experiencia de al menos 3 años en puesto de apoyo cualificado. Buscamos una persona rigurosa, discreta, flexible, con cuidado por el detalle, habituada a manejar información confidencial, con capacidad de organización y planificación.

* Organización de eventos corporativos (internos y externos).

Imagen de oferta de empleo extraída de la web www.laboris.net

1.2 CLASIFICACIÓN DE EVENTOS CORPORATIVOS

Podemos tener distintas clasificaciones de los eventos corporativos. La complejidad en la organización de estos dependerá en gran medida de la clasificación. A modo de resumen exponemos algunos de ellos, aunque existen más clasificaciones: religiosos, militares, políticos, etc. Cada uno de ellos se rige por unas determinadas características. Nos centraremos en aquellos que afectan al ámbito empresarial.

CLASIFICACIÓN	TIPO DE EVENTO
Nacionales	Afectan al país de origen.
Internacionales	Afectan a otros países distintos al de origen.

Corporativos	Ferias, congresos, convenciones, exposiciones, seminarios, lanzamiento de productos, ruedas de prensa, *workshops*, *showrooms*, visitas, inauguraciones, aniversarios, desayunos o almuerzos de trabajo, cenas de trabajo, jornadas de puertas abiertas, *kick off*, etc.
Culturales	Festivales, conmemoraciones, visitas espectáculos, presentaciones de obras, exposiciones, congresos, ferias, mesas de debate, etc.
Sociales	Nacimientos, bodas, cumpleaños, fiestas, eventos infantiles, etc.

Clasificación en función de la nacionalización

TIPO DE EVENTO
Eventos corporativos.
Eventos comerciales.
Eventos académicos y de capacitación profesional.

Clasificación según la naturaleza

TIPO DE EVENTO
Internos: se organizan dentro del seno de la propia empresa.
Externos: se organizan fuera del seno de la propia empresa, en ellos se incluirán a clientes, proveedores, prensa o cualquier otro invitado ajeno a la empresa y de interés para dicho evento.

Clasificación en función de externalización

Según lo expuesto, trataremos de explicar en este primer capítulo una serie de eventos. Hemos preferido no clasificarlos, ya que existen eventos que, por ejemplo, pueden ser internos o externos, por ejemplo, la reunión. De lo que se trata es de darlos a conocer al lector e identificar sus características y sus objetivos. A continuación mostramos aquellos eventos que daremos a conocer:

EVENTOS CORPORATIVOS
Asamblea
Conferencia
Jornada
Congreso
Convención
Cumbre
Coloquio o charla
Debate
Feria
Exposición
Seminario
Inauguración
Firma de convenio
Diálogo
Discusión
Entrevista
Foro
Jornada
Jornada de puertas abiertas
Recepción
Simposio
Mesa redonda
Panel
Taller (*workshop*)
Exhibición itinerante (*road show*)
Videoconferencia
Almuerzo de trabajo
Desayuno de trabajo
Reuniones de trabajo
Briefing
Aniversario
Cena de gala
Viaje de incentivo
Junta de accionistas

NOTA:

El objetivo de este libro es el de mostrar algunos de los más comunes eventos corporativos. Por ello, existirán otros muchos que no afectan al ámbito empresarial y que no serán tratados. Nos conformaremos porque al finalizar este libro usted será capaz de conocer e identificar cada uno de los eventos indicados en la tabla anterior.

1.3 OBJETIVO DE UN EVENTO CORPORATIVO

Los eventos corporativos persiguen distintos objetivos según el enfoque que se le quiera dar, entre estos cabe destacar:

- Imagen corporativa. Es importante que tras un evento, la imagen de la empresa salga reforzada. Además, hay que procurar que "el después" no se olvide rápidamente.
- Promover la superación de objetivos.
- Motivación del personal.
- Formar equipos con sentido de pertenencia.
- Hacer anuncios y reconocer trayectorias.
- Agasajar.
- Conmemorar aniversarios.
- Dar a conocer nuevos productos.
- Mejorar el rendimiento laboral a partir de la mayor vinculación de sus empleados.
- Incentivar a las fuerzas de ventas.
- Formar.
- Establecer un vínculo de comunicación entre personas.
- Aportar ideas, entre otros.

1.4 EVENTOS CORPORATIVOS

1.4.1 Asamblea

Evento periódico formado por un grupo numeroso de personas cuyo objetivo es el de informar, analizar resultados, decidir o proceder sobre determinados aspectos de interés común como, por ejemplo, reparto de dividendos o resolución de problemas. Las asambleas más conocidas son los parlamentos o congresos de los estados, pero dentro del ámbito empresarial es la asamblea general de accionistas, compuesta por el consejo de administración de la empresa y dirigida a los miembros, accionistas o socios en según qué tipo de empresa.

La operativa de una asamblea es la siguiente:

- Convocatoria, recepción y asistencia de los participantes. Normalmente se verifica el quórum para iniciar la sesión y tomar decisiones.
- Redacción del acta, en el que constará el lugar y la fecha, así como la hora de inicio y cierre (a lo largo de este libro se explicará el formato y características que debe tener un acta).
- Rúbrica del acta por parte de dos o tres de los asistentes al acto.

Toda asamblea posee la figura del presidente, el cual se encargará de:

- Repartir los tiempos en los turnos de palabra o de intervención.
- Asegurar la correcta marcha del evento.
- Hacer que se sigan los puntos marcados en el orden del día (se detallan los temas a tratar).

El presidente no tomará parte en el debate, aunque sí tendrá que conocer los reglamentos estipulados en la asamblea, así como mostrar disposición y conocimiento que le permitan ordenar el mismo.

1.4.2 Conferencia

Consiste en una exposición oral sobre un tema o asunto concreto por parte de una o varias personas sobre distintos asuntos de competencia. Una vez finalizada la conferencia podrá haber un coloquio con el público asistente.

El objetivo principal de una conferencia es el de proporcionar determinada información a los asistentes, su duración podrá variar desde horas hasta días.

Una empresa puede realizar también una conferencia de prensa, en ese caso, se realizará una comparecencia pública por un portavoz de la misma a la prensa en la que se transmitirá un mensaje.

Algunos de los aspectos más importantes a tener en cuenta a la hora de organizar una conferencia son:

- Elaboración de un listado de los medios de comunicación asistentes, en el caso de que así sea.
- Cursar las invitaciones con una anticipación de entre 5 y 10 días.

- Realizar llamadas recordatorias con el fin de conseguir el mayor número de asistentes posibles.
- Proveer a los medios de comunicación convocados de credenciales.
- Definir el lugar en el que se llevará acabo el evento.
- Designar un moderador.
- Contar con el apoyo tecnológico necesario para facilitar su trabajo.
- Al finalizar el acto, podrá ofrecerse un cóctel.

1.4.3 Jornada

Una jornada es una reunión de investigación o estudio cuyo objetivo fundamental es el de trabajar o estudiar en grupo acerca de algún tema concreto que sea de interés común; de esta forma, se consigue un intercambio de información, se analizan los problemas y se buscan posibles soluciones.

Las jornadas suelen tener una duración de entre uno y varios días, por ello, normalmente se organizan en hoteles o lugares especialmente diseñados para este tipo de eventos; así, los asistentes disponen del alojamiento, servicio de comidas (*catering*) y salas en el mismo lugar donde se celebran las jornadas.

La denominación de jornada se debe a que cada tema se desarrolla durante un solo día: se expone, se debate y se llega a las conclusiones finalizando la propuesta en esa misma jornada.

1.4.4 Congreso

Reunión en la que participan cientos o miles de personas y que girará en torno a un tema o cuestión común. Suele durar varios días y al finalizar se busca la obtención de resultados, acuerdos, resolución de problemas o simplemente un intercambio de información. La característica principal de los congresos es la distinta nacionalidad, lengua e idiosincrasia de las personas que asisten al evento.

Todo congreso dispone de tres tipos de actos:

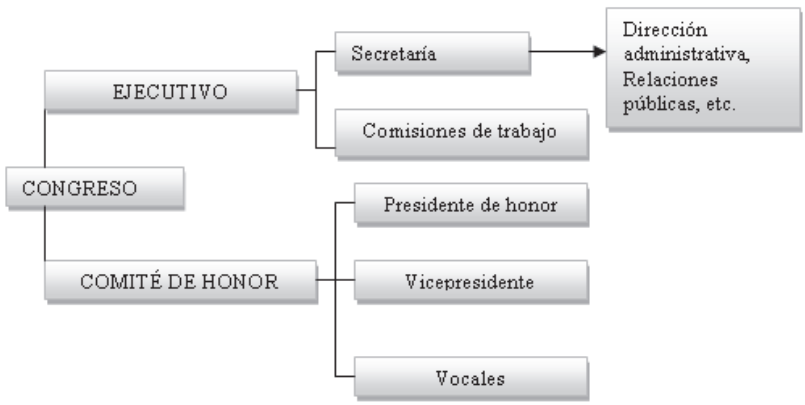
- **Oficiales**: serán la apertura, clausura del congreso y ponencias.
- **Específicos**: aquellos actos propios del congreso que se está desarrollando.

- **Sociales**: actos que agasajen a los asistentes como, por ejemplo, exposiciones, vino de honor, ágapes, etc.

Debido a la elevada asistencia, es necesario contar con una logística muy planificada, entre la que podemos destacar:

- Anticipación en la convocación del congreso. Normalmente con un año de antelación.
- Comité organizativo que se encargará de la contratación de profesionales de congresos y la supervisión de toda la organización del mismo.
- Es necesario contar con salas grandes, a menudo se usan hoteles con salas acondicionadas para este tipo de eventos.
- Las salas deberán disponer de los medios adecuados: pantallas gigantes, vídeos, proyectores, equipos de sonidos adecuados, sistemas de traducción simultánea, etc.; pero además, otros elementos deberán cuidarse al detalle, tales como: las acreditaciones, la distribución de los asistentes, los folletos informativos, el reparto del material (cuadernos de notas, bolígrafos, manuales, etc.), la seguridad, el *catering*...

El congreso suele tener una estructura que define su organización según se muestra en el siguiente esquema:



NOTA:

Dado que determinados eventos requieren de mucha planificación y logística, más aún cuando se trata de eventos donde asistirán muchas personas, las empresas optan por contratar empresas especializadas que se encargan de toda la organización. No obstante, siempre deberá existir la supervisión y el visto bueno por parte de la empresa organizadora.

1.4.5 Convención

Reunión de personas promovida por empresas con el objetivo principal de debatir asuntos propios para decidir y buscar las alternativas que mejor vayan a la empresa.

Es un evento de carácter privado, generalmente organizado por una sola empresa, con una duración mínima de dos días y asistencia mínima de cincuenta participantes.

Los objetivos fundamentales para realizar este tipo de evento son:

- Lanzamiento de un nuevo producto, marca, anuncios internos o imagen corporativa.
- Presentación de nuevos estudios, avances o innovaciones sobre un tema concreto; en definitiva, trasladar información.
- Motivación del personal de la empresa.
- Facilitar el intercambio de ideas. Permite que personas de diferentes puntos geográficos puedan relacionarse e intercambiar ideas entre sí en un contexto formal.

1.4.6 Cumbre

Reunión del más alto nivel en la que participan los máximos representantes de diversos Estados u Organismos Internacionales. Su duración suele ser de varios días dada su relevancia.

Imagen extraída de la cumbre de la CEOE – III Cumbre Empresarial

1.4.7 Coloquio o charla

Consiste en exponer un determinado tema por parte de una o varias personas expertas en el mismo sin la necesidad de llegar a acuerdo alguno. Una vez finalizada la exposición, se permitirá que los asistentes realicen preguntas sobre el tema expuesto.

El público asistente al acto tendrá una participación activa formulando preguntas. El moderador orientará la reunión asignando los turnos de participación.

1.4.8 Debate

Reunión de pequeños grupos con el fin de intercambiar de manera informal conocimientos y experiencias sobre uno o varios temas, bajo la conducción de un moderador; también se puede definir como la técnica de discusión formal que se caracteriza por enfrentar dos posiciones opuestas respecto a un tema polémico.

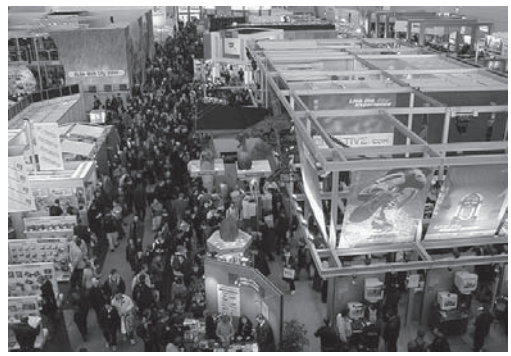
El enfrentamiento entre posiciones distintas deberá venir marcado por una serie de normas, previamente establecidas y acatadas por los participantes y, para velar por la buena aplicación de las mismas, estará el moderador.

Como reglas generales en un debate podemos destacar:

1. Dos personas no pueden hablar al mismo tiempo.
2. Una sola persona no puede intervenir durante mucho tiempo impidiendo la participación de los demás debatientes.
3. No se puede participar en un debate si no se tiene preparación sobre el tema a discutir, ya que un debate no se puede/debe improvisar.
4. El debate es un diálogo que se genera a partir de puntos de vista contrapuestos, de tal manera que si dos personas opinan lo mismo sobre un asunto determinado, pueden dialogar, conversar, pero no pueden debatir.

1.4.9 Feria

Este tipo de eventos se llevan a cabo con una periodicidad determinada. Tienen el fin de estimular la producción y el comercio a la vez que se promueve el conocimiento y la venta de un producto o servicio.



Las ferias son una de las mejores herramientas de marketing y una ocasión para que tanto vendedores como clientes entren en contacto. La negociación comercial se lleva a cabo sobre las muestras que se exponen sin necesidad de movimiento físico de las mismas.

Se organizan en grandes áreas denominadas *pabellones*, las cuales a su vez se dividen en unidades menores denominadas *stands*. Habitualmente se incluyen, además, atracciones (entretenimientos, juegos, espectáculos).

La duración dependerá de los objetivos de la feria y la cantidad de público que se estime que pueda asistir.

Algunos de los aspectos más importantes a tener en cuenta para organizar un evento de este tipo:

- Preparar y fijar los objetivos.
- Llevar a cabo de forma masiva marketing directo, telemarketing y publicidad en medios especializados, con el fin de hacer pública la presencia.
- Atención directa y personalizada con los clientes asistentes al evento.
- Ofrecer la máxima calidad en todos los aspectos de la muestra, tales como personal cualificado para la atención de los expositores, la prensa y una correcta estructura de la exposición.

1.4.10 Exposición

Son presentaciones de carácter público en las que se muestran artículos de industria o de artes y ciencias, con el objetivo de estimular la producción, el comercio o la cultura.

En este tipo de eventos es fundamental la atención directa y personalizada con los visitantes.

A diferencia de la feria, en la exposición no se venden los productos que se presentan, únicamente se exhiben.

Tiene una duración de 3 a 15 días y se realizan en espacios creados expresamente para ello. Se denominan *predios feriales*.

1.4.11 Seminarios

Son reuniones formadas por un grupo reducido de personas, de entre 10 y 20 participantes, cuyo objetivo principal es el estudio o la investigación de un asunto afín a todos los asistentes. La duración normal se estipula entre uno y dos días.

1.4.12 Inauguraciones

Acto por el que se da a conocer al público las nuevas instalaciones o servicios, los directivos que la representan y en general a qué se dedica y qué productos aporta la empresa.

En este tipo de actos interesa que la sociedad tenga conocimiento. Por ello, los medios de comunicación juegan un papel fundamental.

La operativa para llevar a cabo una inauguración sería:

- Recepción de los invitados.
- Ubicación de los directivos, autoridades asistentes y público en general. Para ello se deberán tener en cuenta aspectos protocolarios.
- Ubicación de banderas, insignias o distintivos.
- Pequeño discurso.
- Descubrimiento de la placa o bendición de las instalaciones.

1.4.13 Firmas de convenios

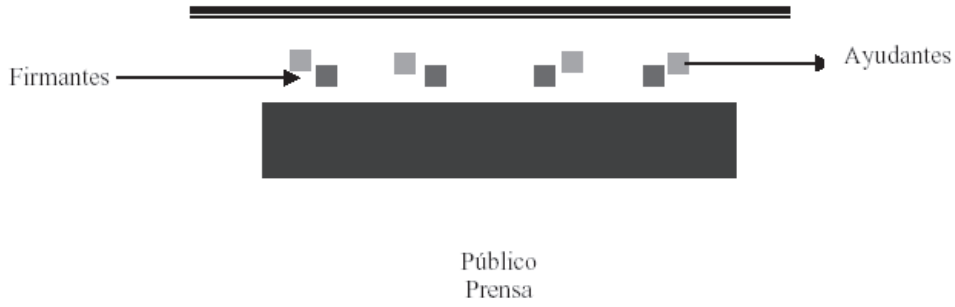
Son actos en los que dos o más partes suscriben y hacen suyo un documento mediante firma privada o pública.

Generalmente se hace pública la firma para contribuir a su difusión general y dar cuenta del resultado de las negociaciones. Por ello, es muy habitual la presencia de medios de comunicación o un sector reducido de público en este tipo de eventos.

Las fórmulas más habituales de firma de convenios son:

- **Convenio simple**: firma pública de tantos ejemplares como firmantes en el que se produce intercambio de ejemplares, a los efectos de que cada una de las partes pueda llevarse un ejemplar suscrito por todos. Este tipo de actos es el indicado para un máximo de cuatro firmantes.

- **Convenio múltiple**: firma pública de un único ejemplar, sin intercambio de carpetas.



Esquema de la disposición en la firma de convenios

El programa protocolario básico en una firma de convenios sería:

- Lectura del texto que se va a firmar por un alto directivo de la empresa anfitriona o bien por la persona designada al efecto por ambas partes.

- Firma de los documentos, con o sin intercambio de carpetas.

- Palabras de los firmantes, por el orden establecido, es decir, el mismo que se ha seguido para su colocación en la mesa.

- Posible rueda de prensa.

- Vino o *lunch*.

1.4.14 Foro

Conversación o debate, dirigido por un moderador, sobre un tema en el que participan diferentes profesionales que expresan sus ideas y opiniones.

1.4.15 Jornada

Es una reunión de trabajo de estudio e investigación con el fin de obtener respuestas a problemas que se plantean ante un auditorio.

Posteriormente, se publican las resoluciones y resultados del acto. Es menos formal que un congreso.

La denominación de jornada se debe a que cada tema se desarrolla durante un solo día: se expone, se debate y se llega a las conclusiones finalizando la propuesta en esa misma jornada.

1.4.16 Jornada de puertas abiertas

Las organizaciones y empresas, que dependen del apoyo público, llevan a cabo este tipo de acto de forma periódica en el que abren sus puertas a los visitantes para conseguir crear una buena imagen.

1.4.17 Recepción

Es el acto en el que el anfitrión invita a distintas personas para celebrar un acontecimiento o conmemoración.

1.4.18 Simposio

Consiste en una exposición oral por parte de varios expertos que van interviniendo de forma secuencial ante los asistentes. Cada uno de los ponentes expone un aspecto de un mismo tema, complementando así el mismo con los distintos aspectos que cada ponente expone, es decir, se aportan diferentes opiniones o puntos de vista que se complementan entre sí, aportando información actualizada a un tema o problema en cuestión.

Normalmente no suele existir discusión entre los ponentes, pero a pesar de ello suele existir la figura del moderador, que presenta cada exposición y organiza los tiempos en la misma, oscilando entre los diez y veinticinco minutos, en función del asunto y del número de expertos convocados.

1.4.19 Mesa redonda

Reunión similar al simposio pero en el que los exponentes mantienen puntos de vista divergentes, distintos u opuestos, lo que los lleva a debatir.

Las características fundamentales de este tipo de evento son:

- Número reducido de expertos. Pueden ser 4 ó 6 personas que exponen de forma individual o conjunta.
- Su exposición no deber superar los 50 minutos para permitir luego la fase de preguntas.
- El moderador del acto debe ser un experto en el tema a debatir, totalmente imparcial.
- Se invita a los asistentes a formular preguntas, mediante entrega de fichas o por medio del micrófono.

1.4.20 Panel

Es una reunión en la que un grupo de hasta 8 personas exponen una idea: conversan, debaten entre ellos y dan su opinión sobre una temática concreta, todo ello con el objetivo de lograr un intercambio de opiniones entre sí y con el auditorio.

En este tipo de actos siempre actúa un moderador que se encarga de dar la palabra y marcar los tiempos, durante un período de aproximadamente una hora.

Antes de finalizar el diálogo, el moderador solicita a los participantes a que sinteticen sus opiniones y se ofrece un espacio al auditorio para las preguntas.

Para finalizar, el moderador destaca las conclusiones más importantes de la reunión.

1.4.21 Taller (*workshop*)

Está formado por un número reducido de personas que se reúnen con el fin de intercambiar ideas, resolver cuestiones sobre un tema concreto y común a todos los asistentes o discutir sobre éste.

En conferencias y congresos numerosos, es habitual dividir grupos de trabajo (*workshop*) para tratar determinados temas.

1.4.22 Exhibición itinerante (*road show*)

Se produce cuando un mismo evento tiene lugar en varios sitios (ciudades, países, etc.) a la vez.

1.4.23 Videoconferencia

El uso de las nuevas tecnologías nos permite establecer comunicaciones de audio y vídeo entre una o varias personas, permitiendo una interacción permanente, en tiempo real, con imagen y sonido a través de Internet. Este sistema permite gestionar reuniones, consultas, formación, etc., en remoto, por lo que resulta muy útil a las empresas dado el ahorro que representa en tiempo y desplazamientos del personal.

Uno de los elementos imprescindibles para poder organizar una sesión de videoconferencia es tener los equipos (ordenadores) adecuados y actualizados, disponer estos en una red y tener una buena velocidad de conexión a Internet.

Existen programas que nos permitirán gestionar las videoconferencias, algunos de los más utilizados son:

- **Microsoft NetMeeting**: es un cliente de videoconferencia incluido en muchas versiones de Microsoft Windows. Permite la videoconferencia, la pizarra electrónica, la compartición de aplicaciones, la compartición de escritorio, la compartición de escritorio remota (RDS) y la transferencia de archivos.

- **Meeting24.tv**: es una aplicación web gratuita que permite organizar videoconferencias con hasta 24 usuarios en la misma sesión de forma fácil.

- **Webex**: ésta es otra de las muchas aplicaciones existentes en el mercado que permite presentar en remoto cualquier aplicación que se encuentre en nuestra pantalla.

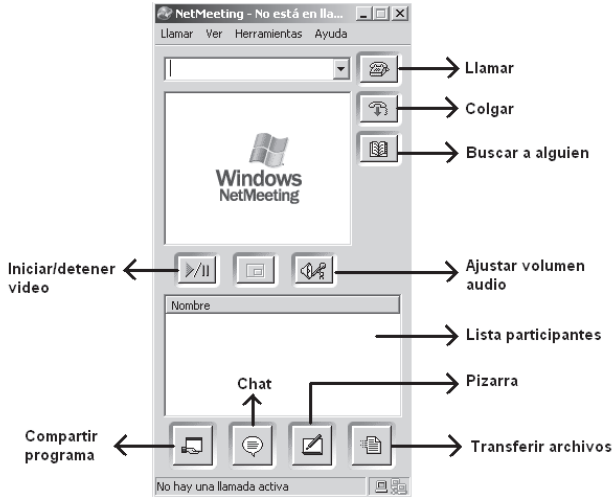
ACTIVIDAD RESUELTA: COMPARTIR EL ESCRITORIO DE NUESTRO ORDENADOR CON OTROS USUARIOS MEDIANTE LA APLICACIÓN MICROSOFT NETMEETING

La aplicación *NetMeeting* nos va a permitir mantener videoconferencias, intercambiar información gráfica con otros usuarios (pizarra electrónica) y otras utilidades más. En este ejemplo vamos a explicar cómo dar una utilización básica de esta aplicación, contenida en la mayor parte de los sistemas operativos *Windows* y que, en muchas ocasiones, no se utiliza por desconocimiento del usuario y resulta extremadamente útil para muchos profesionales, especialmente, secretarias.

Comenzaremos explicando cómo instalar *NetMeeting*. Accederemos a la ruta **Inicio/Buscar/Todos los archivos y carpetas**; mostrándose la ventana **Resultado de la búsqueda**, donde activaremos la opción **Todos los archivos y carpetas**. En el campo de búsqueda indicaremos la palabra "*NetMeeting*" y pulsaremos el botón Búsqueda. Si la búsqueda es satisfactoria, visualizaremos la carpeta con el nombre *NetMeeting*. Accediendo a la misma encontraremos el archivo ejecutable *conf.exe*, que nos permitirá instalar la aplicación siguiendo los pasos que nos muestran las distintas ventanas.

Una vez que hayamos instalado el programa, accederemos a éste por medio de su acceso directo ( ) desde el escritorio de trabajo.

La ventana de acceso al programa nos ofrece distintos iconos con diversas funcionalidades.

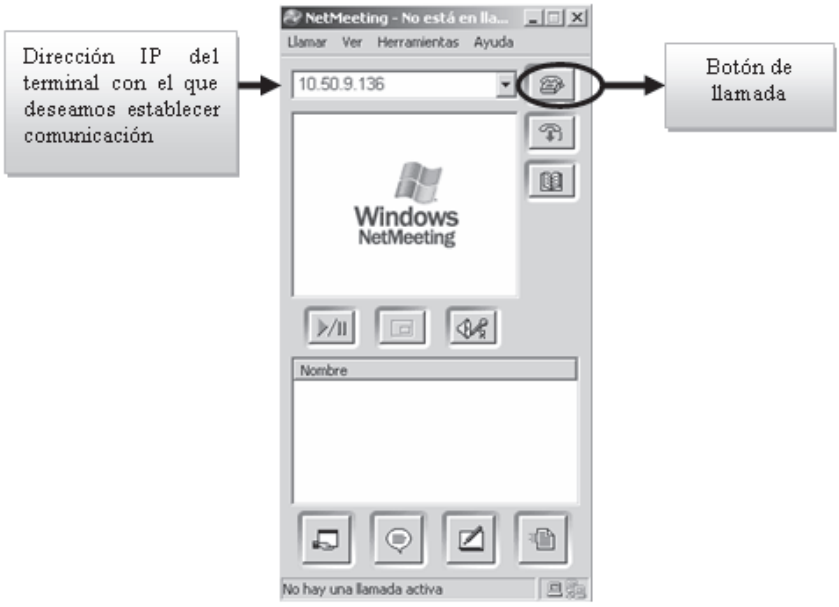


Desde un punto de vista profesional, una de las utilidades más interesantes de este programa es la de poder compartir el escritorio de trabajo con otras personas, bien para enseñar informes, presentaciones, etc. Funciona como si de un espejo se tratase.

Supongamos que deseamos compartir aquello que tengamos en nuestro escritorio de trabajo, le llamaremos ordenador 1. Con otro usuario conectado, le llamaremos ordenador 2.

El usuario del ordenador 1 iniciará la llamada al usuario del ordenador 2. Para ello, deberá facilitar la dirección IP de su equipo al usuario del ordenador 1 para que éste la introduzca. No se preocupe si no conoce cuál es la IP de un equipo, en el siguiente párrafo le enseñaremos cómo se busca.

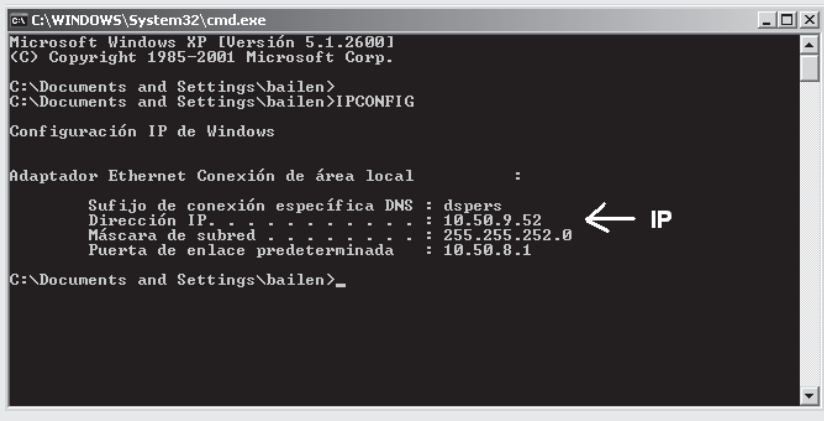
Una vez indicada la IP del equipo al que deseamos conectarnos (ordenador 2), pulsamos el botón de llamada .



NOTA:

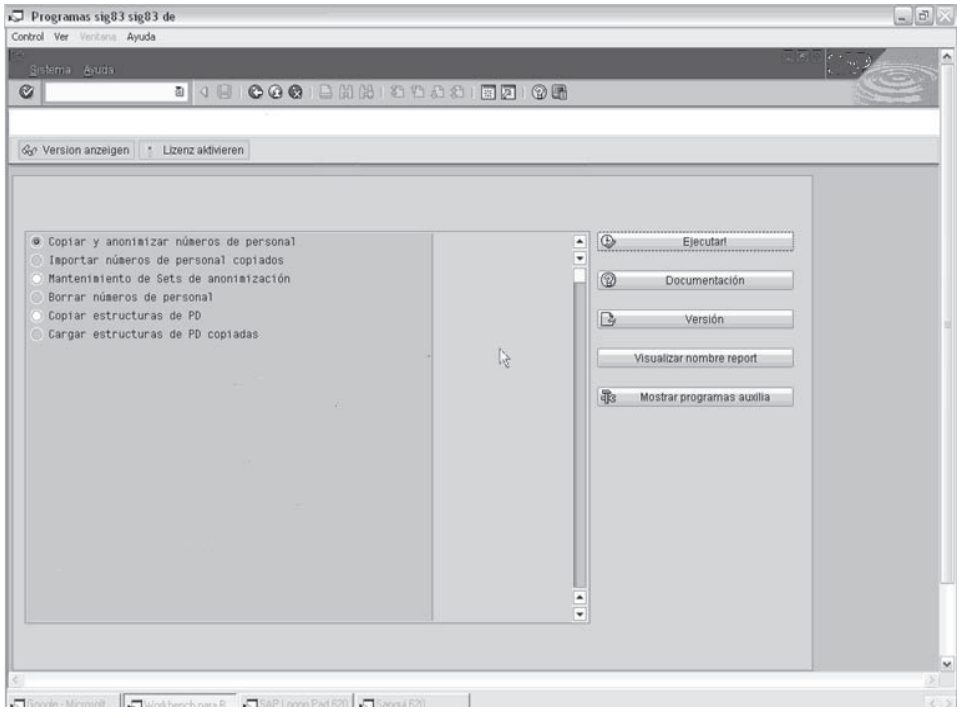
Para averiguar la IP de un equipo pulsaremos el botón Inicio y pulsaremos sobre la opción **Ejecuta**, escribiremos el texto "*cmd*" y pulsaremos el botón Aceptar.

En la pantalla siguiente, escribiremos el texto "*IPCONFIG*". Al pulsar **Enter** la pantalla nos informará de la IP de nuestro equipo.



Una vez establecida la comunicación, el usuario del ordenador 2 recibirá un mensaje donde se le insta a aceptar la llamada entrante.

Tras pulsar Aceptar, el usuario del ordenador 2 podrá ver en su equipo el escritorio de trabajo del ordenador 1, es decir, todo aquello que tenga el usuario del ordenador 1 (presentaciones, correos, informes, etc.) lo podrá ver en tiempo real el usuario del ordenador 2.



Pantalla del ordenador 1 vista desde el ordenador 2

Como podrá comprobar, mediante este sistema, además de poder gestionar videoconferencias, se podrá tener un acceso remoto al escritorio de otros equipos. El uso de las nuevas tecnologías facilita estas tareas, ya que, por ejemplo, sí que podríamos enviar un informe por *e-mail* a alguien, pero si necesitamos explicar (formación, etc.) algo sería mucho más complicado usar el correo convencional. La aplicación *NetMeeting* nos proporciona esta herramienta.

1.4.24 Desayuno de trabajo

Reunión a primeras horas de la mañana (entre las 8:00 y las 10:00), con una duración de entre 1 y 2 horas, de un grupo de personas para hablar sobre un tema determinado. Tenemos ejemplos conocidos, como los ofrecidos por los políticos para hablar de diversos temas de actualidad. Si son de carácter privado, se suelen ofrecer en alguna dependencia privada de la empresa o del Ministerio. Se intercambian ideas, se formulan preguntas y se plantean propuestas.

El servicio de desayuno es sencillo, normalmente se **ofrecen**, al igual que en el resto de los desayunos, bebidas calientes como café, té y chocolate; bebidas frías como zumos, leche y agua. En cuanto a los alimentos, se ofrece bollería, mantequilla, mermelada, pan tostado, etc., y si queremos un desayuno más internacional se pueden ofrecer alimentos más consistentes, como *bacon*, huevos, queso, algún tipo de fiambre, etc.

Suele haber un conductor o coordinador pero no es necesaria demasiada formalidad.

Se puede llevar a cabo en el mismo ámbito de la empresa o en una confitería, el restaurante de un hotel, entre otros.

1.4.25 Almuerzo de trabajo

Son reuniones de trabajo que pueden tener lugar tanto dentro de la empresa, si las dependencias están perfectamente acondicionadas para ello, como fuera de ella.

Este tipo de reuniones fomentan las relaciones entre colegas de otras compañías para intercambiar experiencias e información de interés. Por ello, suelen ser muy habituales entre ejecutivos empresariales o altos cargos de la administración pública, con el objetivo de mantener la buena imagen de la empresa y para las relaciones públicas con los clientes.

Su duración oscila entre 1 y 2 horas aproximadamente y como característica de la comida es que ha de ser ligera, ya que después se volverá al trabajo y con una digestión pesada es difícil poder emprender de nuevo las tareas, ya que aparece el decaimiento.

1.4.26 Reuniones de trabajo

Este tipo de eventos es muy habitual en las empresas y, aunque las hemos incluido como internas, también existen reuniones externas (es decir, con clientes, prensa, etc.). En ellas se toman decisiones, se planifican acciones en común, etc. Por todo ello, vamos a dedicar un tiempo a explicar todo aquello que le pueda resultar útil tanto para la asistencia

como para la organización de reuniones de trabajo ya que, quizás, se trata de unos de los eventos más comunes dentro de cualquier organización.

No existe un modelo único de reunión, sino que existen distintos modelos y formatos que podemos clasificar de muy distintas formas: desde reuniones formales a informales, informativas, formativas, *brainstorm* o tormentas de ideas, en la cual todos los asistentes lanzan ideas con el objetivo de que de todas ellas pueda salir algo en claro, etc.

La reunión es un evento muy usual en la empresa, y particularmente en el interior de grupos y equipos de trabajo, ya que son un buen ejercicio de integración y comunicación. Por ello, conviene explicar con detalle algunos aspectos que rodean a este evento corporativo.

A continuación, le ofreceremos una serie de consejos relativos a las reuniones:

Previo a la reunión:

1. Comenzaremos realizando el denominado *check in*, que nos permitirá conocer el grado de participación nuestra o de cualquier otra persona en la reunión y si tenemos claro o no el objetivo de la misma. Para ello, contestaremos estas tres sencillas preguntas:

    - ¿Qué circunstancias hacen relevante para mí y para el resto del equipo este encuentro?
    - ¿Qué resultados deseo obtener al final de la reunión?
    - ¿Tengo información significativa (profesional) para compartir?

2. Si es usted quien convoca la reunión deberá realizar un listado de las personas VIP (las que deban estar informadas, las que serán consultadas y las que decidan) que están convocadas y asistirán o aquellas que posean mayor nivel jerárquico dentro de la organización. Conozca el nivel jerárquico de cada una de ellas. Por otra parte, excusas como “tengo mucho trabajo” no deben tener cabida, ya que las reuniones forman parte del trabajo.

    La persona deberá confirmar la reunión con al menos 1 día de antelación. Es conveniente que, además de usar el *e-mail*, lo confirme personalmente o por teléfono.

3. Es recomendable planificar las reuniones, siempre que sea posible, a unas horas adecuadas, desechándose las últimas horas de la tarde o a última hora de la mañana, ya que se podrá solapar con la hora de la comida, los viernes, etc. Procure que no duren demasiado, algunos expertos aconsejan no prolongarla más de 90 minutos.

4. Es necesario reservar la sala con tiempo si se prevé que pueda estar ocupada. Además, debemos cerciorarnos que ésta cuenta con todos los dispositivos necesarios: ordenador, red, proyector, pantalla, etc., y también con las comodidades necesarias.

5. Organice una lista completa de todos aquellos temas que se pretendan debatir, así como los anexos, informes y notas necesarias en cada uno de los puntos. Asegúrese de que los temas más importantes son tratados en primer lugar.

6. Si la reunión se extendiese en dos turnos y entre medias se tuviese que parar a comer, debemos planificar la comida de los asistentes, así como una hora máxima de salida y de llegada al evento.

7. Envíe con suficiente antelación la convocatoria de la reunión, con toda la información necesaria para los asistentes, entre ella, el orden del día.

Durante la reunión:

Si tiene que asistir a una reunión estos son algunos de los puntos que no debe olvidar jamás:

1. Lleve siempre tarjetas de visita. Utilícelas con aquellas personas que haya conocido en el momento de la reunión.

   ¿Cuándo se entregan las tarjetas de vistita? El anfitrión será quien generalmente marque la pauta. Así por ejemplo, si la entrega al inicio de la reunión deberemos corresponderle. No obstante, la costumbre establece que las tarjetas de visita se deberán entregar al finalizar la reunión.

2. Lleve siempre un cuaderno (nunca hojas sueltas), a ser posible con el logo corporativo, que le permita tomar notas durante la reunión.

3. Sea espontáneo y natural. Si tiene que comenzar la reunión no entre de forma directa. Emplee frases del tipo: "*parece que hoy va a seguir lloviendo todo el día*" o "*menos mal que he librado el tráfico por la calle Arturo Soria, la Gran Vía estaba atascada*". Si inicia una reunión con frases y contextos cotidianos le aportará frescura, los asistentes se olvidarán por momentos del tema principal, le aportarán opiniones sobre el tráfico, la lluvia o cualquier otro tema y se relajarán. Seguramente la reunión se iniciará mucho mejor que si entramos directamente en el tema.

4. Ante todo debemos ser educados, aunque en determinados momentos la discusión pueda subir de tono no debe enojarse, sino mantener la calma.

5. En algunas reuniones se divaga más de lo que se discute, por ello, es necesario ceñirse al orden del día y acotar los tiempos de intervención.

6. Documéntese antes de cada reunión, portando información, gráficos y todo aquello necesario que refuerce su intervención.

7. Deje los nervios apartados, hable con soltura y convencimiento, solo así podrá salir airoso, ya que transmitirá confianza. Escuche primeramente y después opine sobre aquellos temas en los que crea que puede aportar, expresándose correctamente (lenguaje verbal y no verbal).

8. Tome nota de todos los puntos importantes que se están debatiendo, de las ideas o aportaciones de los asistentes con su nombre al lado para poder identificar quién a dicho qué cosa.

9. Haga preguntas coherentes, no pregunte por intervenir.

10. Concluya siempre las intervenciones.

11. Apague o silencie el móvil.

Al finalizar la reunión:

1. Debemos anotar qué tareas nos hemos comprometido a realizar, en qué condiciones, en qué plazos, etc. Es decir, hacer un breve resumen.

2. Determinaremos si ha quedado algún tema pendiente importante sin tratar, tanto para uno mismo como para el resto de los asistentes, así como qué se hará con estos temas.

3. Es necesario elaborar un acta (véase ejemplo siguiente) donde se resuman los acuerdos a los que se han llegado y aquellos puntos pendientes por resolver. Un acta debería contener la siguiente información:

1. Registrar:
   - Nombre de la empresa.
   - Dirección.
   - Fecha.
   - Hora de inicio.
   - Hora de término.
2. Registrar:
   - Asistentes (nombres y cargo).
   - Ausentes con y sin justificación.
3. Lectura del acta anterior:
   - Anotar observaciones y aprobar el acta.
4. Análisis/descripción de lo acontecido durante la reunión:
   - Analizar/describir las conclusiones a las que se ha llegado en la reunión.
   - Determinar medidas correctivas (en el caso de que así sea).
   - Responsables y plazos para su implementación.
5. Acciones a realizar:
   - Se recomienda estructurar los “puntos a tratar” bajo el siguiente esquema. De esta manera es más fácil hacer los seguimientos en reuniones posteriores.
   - Punto N.° 1:
     - Descripción: (problema detectado o el punto a tratar).
     - Acuerdos: xxxxx.

- Punto N.° 2:
  - Descripción: (problema detectado o el punto a tratar).
  - Acuerdos: xxxxx.
6. Puntos Varios.
7. Cierre de la reunión.
8. Nombre y firma de los participantes.

4. Ser autocríticos y ver qué elementos de la reunión pueden mejorarse para las próximas.

5. Agradezca siempre al finalizar una reunión.

6. Muchas decisiones no se transmiten en acciones, por ello, debemos evitar que cada uno tenga una percepción distinta de qué es lo que debe hacer nada más terminar la reunión. Es necesario trabajar sobre documentos comunes y seguir un plan de acción para que las decisiones tomadas se materialicen en realidades.

ACTIVIDAD RESUELTA: EJEMPLO DE ACTA

ACTA N.º 100 DE LA SESIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE ALFA, S.A.

CELEBRADA

En la ciudad de Madrid a las 11.00 horas del día 12 de julio de 2012 en la sala de juntas del domicilio social de la empresa, sita en la calle Mayor, 1, se reúne el Consejo de Administración de ALFA, S.A.

La convocatoria se ha llevado a cabo a través de carta remitida por orden del Sr. Presidente y enviada a todos los miembros del Consejo.

Presidió la reunión el señor José María Moreno y actuó como secretaria la señora Ester Díaz. A la reunión asistieron los siguientes miembros:

D. Mariano Pérez Carmona.
D. Jesús Díaz Llorente.
Dña. Cristina López Mayor.

El orden del día de la reunión fue el siguiente:

1. Asignación de un fondo de Reserva Voluntaria.
2. Reparto de resultados del ejercicio anterior.

Se han tomado los siguientes acuerdos sobre los puntos anteriores:

Primero: De los beneficios netos obtenidos durante el presente ejercicio económico, se destinará el 5% de estos al fondo de Reserva Voluntaria.

Segundo: El fondo de Reserva Voluntaria quedará pendiente de aplicación.

Sin más asuntos que tratar, se levanta la sesión a las 13.00 horas. De todo lo leído en el tratado, así como de los asistentes y acuerdos adoptados, yo como Secretaria doy fe con el Visto Bueno del Sr. Presidente.

VºBº
Presidente

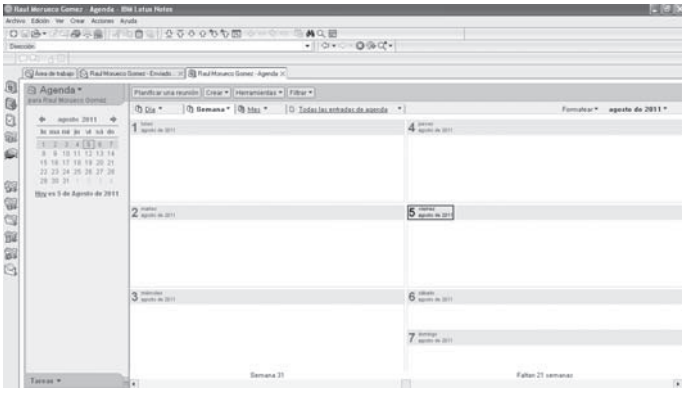
Certifica
Secretaria

ACTIVIDAD RESUELTA: GESTIONAR UNA REUNIÓN POR LOTUS NOTES

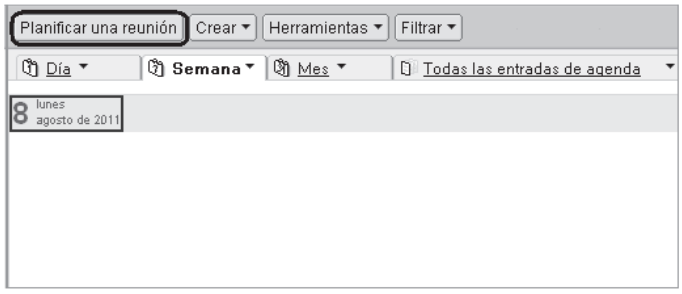
Una de las tareas más importantes que se realizan en el día a día de una empresa, es la gestión de reuniones a través de la plataforma de correo corporativa que cada empresa tenga. En este ejemplo nos basaremos en *Lotus Notes*, pero de forma análoga se podrá realizar con *MS Outlook*.

Comenzamos accediendo a través del icono de acceso directo ( ) a la herramienta de correo. Nos tendremos que autenticar para acceder a ella.

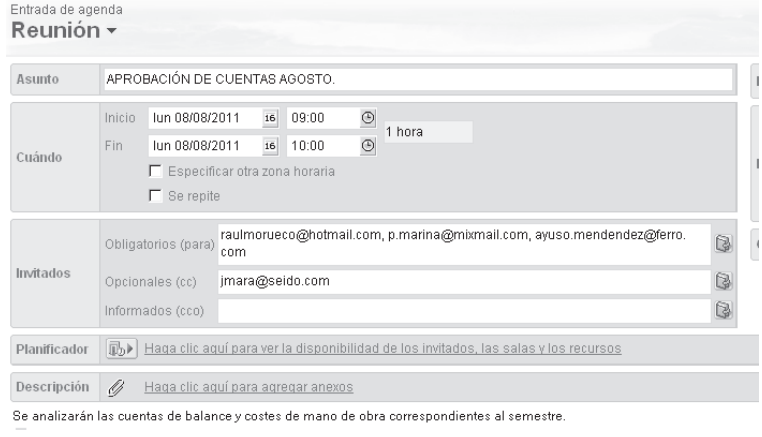
En la parte izquierda disponemos de un icono que nos lleva a la agenda ( ), lo activaremos.



Nos situaremos dentro del calendario, es decir, en el día en el que queremos convocar la reunión. Activaremos el botón Planificar una reunión.



En la parte izquierda de la ventana se añadirán:

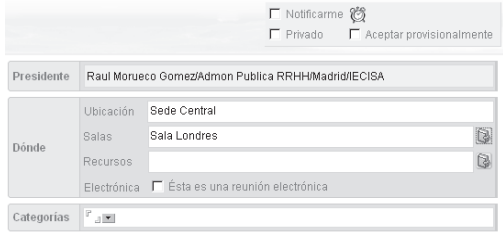


1. Asunto, fecha y hora de inicio y fin.
2. Correos de los invitados/convocados a la reunión. Se podrá localizar usando el icono .
3. Se podrá consultar la disponibilidad de los invitados y salas disponibles a través del planificador .

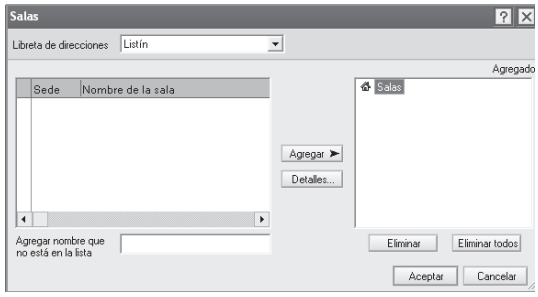
4. Se podrán añadir documentos adjuntos, por ejemplo, la presentación que se realizará. Para ello, activaremos el icono .

5. Se podrá añadir una descripción sobre algún tema o alguna aclaración que se desee aportar.

En la parte derecha de la ventana podremos indicar la sala donde se realizará la reunión:



Se indicará la **Ubicación** de la reunión y se reservará la sala. Para ello, pulsaremos el icono y en la ventana de búsqueda localizaremos salas que se encuentren libres en esa fecha y en esa hora.



Cuando se hayan cumplimentado todos los campos necesarios, activaremos el botón Guardar y enviar invitaciones. La persona que haya sido convocada recibirá un correo donde podrá aceptar la invitación (actualizándose automáticamente su agenda en el día y hora de celebración de la reunión e incluso en su *Blackberry* si la tiene integrada con su correo) o declinar la misma.

1.4.27 *Briefing*

Es un anglicismo empleado inicialmente en el sector aeronáutico o militar. Durante el *briefing* se reunían los miembros de un equipo brevemente para repasar los puntos importantes de una determinada misión.

La extrapolación del *briefing* al mundo de la empresa es ya un hecho. En muchas ocasiones nos reúne nuestro jefe a todos los miembros del equipo, de forma breve, informal y con el ánimo de repasar determinados puntos antes de realizar una tarea o acción determinada.

1.4.28 Aniversario

Acto en el que la empresa o profesional/es, por su servicio, conmemoran años de algún suceso o acontecimiento, como por ejemplo, el comienzo de la actividad de la empresa o el nacimiento de su fundador.

Para este tipo de celebraciones lo más habitual es realizar el evento en algún restaurante, hotel o complejo en función de los asistentes.

Los homenajeados ocuparán siempre un lugar de preferencia en la mesa (presidencia). Ocupando a la derecha e izquierda según jerarquía empresarial las personas que acompañarán el acto.

1.4.29 Cena de gala

Reunión que se realiza como colofón a muchos actos organizados por las empresas o instituciones, o bien para homenajear a un personaje dentro de la institución. Un ejemplo son las cenas que se realizan en honor del presidente fundacional.

Es el estilo de evento más formal, requiere de una mayor organización y presupuesto.

1.4.30 Viaje de incentivo

Son premios que concede la empresa a los trabajadores más destacados que han logrado un objetivo previamente fijado.

El destino es elegido por la empresa o por la agencia y es ella la que asume los gastos de su organización y desarrollo.

1.4.31 Junta de accionistas

Es un acto que se celebra dentro de las empresas una vez al año y tiene obligación legal de realizarlo. Su repercusión pública es muy importante, dependiendo de la empresa que se trate.