



Regional Distrito Capital
Centro de Gestión Administrativa

ACTIVIDADES EVENTOS

Argeni Avila Ascencio

Edson DuvanBeltran

Jose Antonio Ochoa

Grupo: 248301

Instructor: Yolanda

Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA

Centro de Gestión Administrativa

Bogotá, D.C.,

2012



Actividad No. 1

- **Concepto de Evento**

Es una reunión de personas que conlleva un motivo en particular, en tantos los eventos sociales, populares tiene como método la diversión, los corporativos tiene como mecanismo la vinculación para la negociación, la incentivación, capacitación y el trabajo.

Es un acto que sirve a su empresa para presentar o potenciar un determinado producto/ servicio o una determinada marca, para poder dar a sus clientes la oportunidad de un acercamiento directo, que facilita nuestro objetivos y la competencia en el mercado.

Clasificación de eventos

RELIGIOSOS	ESCOLARES	FESTEJOS POPULARES	EVENTOS SOCIALES	CULTURALES
Bautizos	Inicio de clase	Conciertos	Nacimientos	Exposiciones
Comuniones	Aniversario de le institución	Concursos	Cumpleaños	Congresos
Navidad	Fiestas patrias	Festivales	Aniversarios	Presentación de un obra
Retiros religiosos	Encuentros deportivos		Fiestas de 15 años	Ferias

Agentes que intervienen en un evento

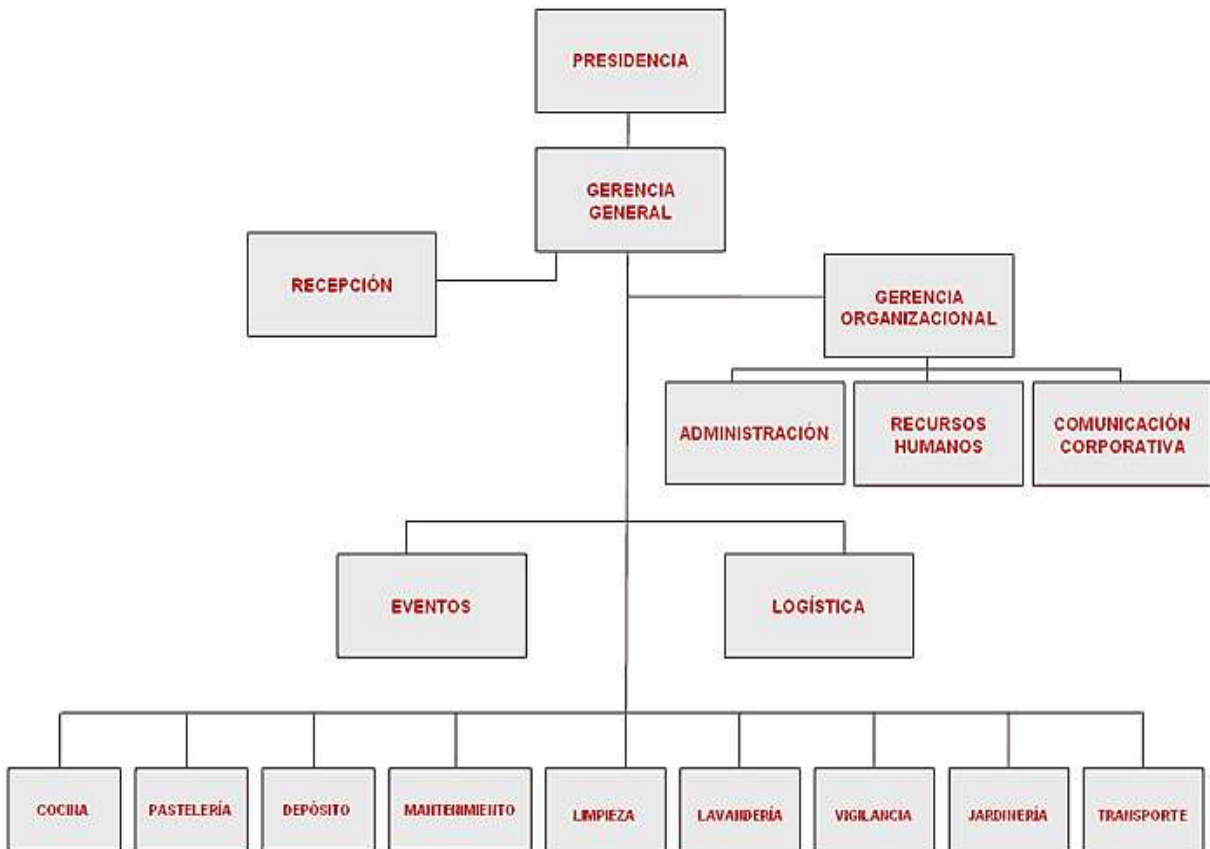
- ✓ Organizadores
- ✓ Conferencistas
- ✓ Asistentes o Invitados.



Etapas del evento

ETAPAS DEL EVENTO	ETAPAS PROCESO ADMINISTRATIVO
PRE-EVENTO	PLANIFICACION ORGANIZACIONAL
Determina que se quiere alcanzar con la realización del evento	
EVENTO	DIRECCION
POST-EVENTO	EVALUACION
Conclusiones	
Elaboración de las memorias	

Estructura general de un evento (Organigrama)





Objetivos: General y específicos

Objetivos Primarios o Generales: Dentro de ésta categoría superior de objetivos se encuentran aquellos que benefician a la empresa en su conjunto, como:

- ✓ Identificar oportunidades de mercadotecnia: Es decir, "detectar" aquellas situaciones en las que existen posibilidades de que la empresa obtenga una utilidad o beneficio al satisfacer una o más necesidades y/o deseos.
- ✓ Identificar mercados rentables en los que la incursión de la empresa sea factible: por sus características (tamaño, ubicación, predisposición a satisfacer sus necesidades y/o deseos, capacidad económica, número de competidores, etc...) tengan altas probabilidades de ser rentables para la empresa
- ✓ Lograr una buena participación en el mercado: En otras palabras, y como se dice en la jerga mercadotécnica, conseguir una buena "tajada del pastel", y en lo posible, lograr la "tajada más grande" o el liderazgo en el mercado.
- ✓ Lograr un crecimiento acorde a la realidad del mercado y al ciclo de vida del producto: crecimiento sostenido en las ventas (en unidades y valores). lograr que la empresa venda más unidades y obtenga más ingresos económicos con relación a un periodo de tiempo anterior
- ✓ Lograr utilidades o beneficios para la empresa: Por tanto, los mercadólogos deben estar conscientes de que todos los objetivos que se puedan lograr, están condicionados al hecho de conseguir utilidades para la empresa, caso contrario, no habría un éxito real, sino un fracaso.

Objetivos Específicos:

Para que la mercadotecnia pueda lograr sus objetivos primarios o generales necesita lograr una serie de objetivos específicos, entre los que se encuentran:

- ✓ Obtener información actualizada y fidedigna: adquirir conocimientos actualizados y precisos acerca de lo que está sucediendo en el mercado. Para ello, la mercadotecnia debe realizar constantemente



una actividad fundamental que se conoce como: investigación de mercados.

- ✓ Conceptualizar productos y/o servicios que satisfagan necesidades y/o deseos de los clientes: En la actualidad, la mercadotecnia tiene el objetivo de lograr que los productos que la empresa produce, distribuye y pone a la venta, no sean fruto de la casualidad o el capricho de alguien, sino que estén diseñados y elaborados para satisfacer necesidades y/o deseos del mercado meta.
- ✓ Lograr una óptima distribución del producto y/o servicio: lograr que el producto y/o servicio esté en las cantidades y condiciones adecuadas, y en los lugares y momentos precisos en el que los clientes lo necesitan o desean.
- ✓ Fijar un precio que los clientes estén dispuestos a pagar y tengan la capacidad económica para hacerlo: al momento de fijar un precio que sea aceptado por el mercado meta y que al mismo tiempo produzca una determinada utilidad o beneficio para la empresa.
- ✓ Lograr que las actividades de promoción cumplan con su objetivo de informar, persuadir y/o recordar: lograr que el público objetivo o clientes meta, conozcan la existencia del producto, sus características, ventajas y beneficios, el dónde lo pueden adquirir y por qué deben hacerlo. Para ello, las herramientas de la promoción (publicidad, venta personal, promoción de ventas y relaciones públicas) deben cumplir al menos con tres objetivos básicos: Informar, persuadir y recordar.
- ✓ Ingresar Exitosamente en los Mercados: Esto significa que la mercadotecnia tiene el importante objetivo de introducir en el mercado productos y/o servicios que: 1) han sido conceptualizados conforme a las necesidades y/o deseos de los clientes, 2) se les ha fijado un precio que los clientes estén dispuestos a pagar y puedan hacerlo, 3) se ha logrado que estén en las cantidades adecuadas y en el lugar y momento en que los clientes lo necesitan y/o desean, y 4) se los ha promocionado de forma tal que los clientes recuerden su marca, sus principales características, ventajas y/o beneficios, y además, sienten la necesidad y/o deseo de adquirirlo.



- ✓ Captar nuevos clientes: lograr que aquellos clientes meta que nunca compraron un determinado producto o servicio, lo hagan en un momento determinado.
 - ✓ Fidelizar a los clientes actuales: lograr la simpatía y la preferencia de los clientes actuales para que elijan las marcas de la empresa en lugar de otras de la competencia.
 - ✓ Lograr la satisfacción de los clientes: Es decir, lograr que las expectativas de los clientes sean cubiertas e incluso superadas con el producto y/o servicio.
 - ✓ Lograr que el Servicio a los Clientes Sea Excelente: es el deber del departamento de mercadotecnia el planificar, implementar y monitorear las diferentes acciones que se realizan en la empresa para servir con excelencia a los clientes.
 - ✓ Entregar valor a los clientes en lugar de productos: beneficios que obtiene el cliente con el producto y/o servicio versus el precio o todos los costos que implica su adquisición. Por ello, se viene divulgando con mucha asertividad que las empresas exitosas no entregan productos a cambio de una ganancia, sino más bien: Valor a cambio de una utilidad, y este es un objetivo que le corresponde lograr a la mercadotecnia.
- **Segmentos empresariales y Sociales que organizan eventos.**
 - **Eventos: Culturales, familiares, de tipo social, políticos, de tipo religioso, de tipo recreativo, y deportivo.**

RELIGIOSOS	ESCOLARES	FESTEJOS POPULARES	EVENTOS SOCIALES	CULTURALES
Bautizos	Inicio de clase	Conciertos	Nacimientos	Exposiciones
Comuniones	Aniversario de la institución	Concursos	Cumpleaños	Congresos
Navidad	Fiestas patrias	Festivales	Aniversarios	Presentación de un obra
Retiros religiosos	Encuentros deportivos		Fiestas de 15 años	Ferias



- **Papel que desempeña un Organizador profesional de Reuniones Características sobresalientes de los eventos.**

Para la organización se tomara en primer instancia los líderes de opinión los cuales son: artistas, empresarios, modelos y grandes magnates los cuales difundirán la percepción que tienen de la compañía. El otro factor para tener hacia delante es la ocupación de la empresa es cuales quiera que sea sin importar en el campo que se desarrolle (alimentos, manufacturera, y entre otras); hay que tener en cuenta que dependiendo lo que desea el contratista, según el evento que quiera nuestro cliente indirecto va ser un público de diferentes edades.

- **Conocimiento de la asociación o empresa.**
- **CONFERENCIAS:** Es una exposición que se realiza por una o más personas, sobre un tema cualquiera, generalmente de interés general, ante un público, al que se le permite intervenir mediante preguntas.
- **VIDEOCONFERENCIAS:** Es la comunicación simultánea bidireccional de audio y vídeo, permitiendo mantener reuniones con grupos de personas situadas en lugares alejados entre sí.
- **JUNTA DIRECTIVA:** Es un grupo de gente que pertenecen a una empresa, o a una institución, y son los que dirigen la misma, está formada por presidente, vice presidente, tesorero, secretario, de actas, vocales titulares y vocales suplentes.
- **FORO:** Un foro es el sitio donde los tribunales oyen y determinan las causas. También se conoce como foro a la reunión que se celebra para discutir asuntos de interés para un auditorio que puede intervenir en la discusión.
- **DEBATE:** Es una técnica, tradicionalmente de comunicación oral, que consiste en la discusión de opiniones antagónicas entre dos o más personas sobre un tema o problema.
- **MESA REDONDA:** Una mesa redonda, es un encuentro entre varias personas que se reúnen para debatir sobre un asunto de interés común.



- **SEMINARIOS:** Reunión serie de reuniones de especialistas con diferentes habilidades y campos de especialización que comparten un interés común y se reúne con propósito de aprendizaje o entrenamiento.
- **EL CONGRESO:** Se define como congreso toda reunión profesional que tiene por objeto realizar una discusión y un intercambio profesional y/o académico en torno a un tema de interés.

Actividad No. 2

Establezca el perfil del organizador de Eventos

Estará capacitado de acuerdo con las actividades necesarias que se desarrollen de acuerdo con lo requerido, con perfil profesional para coordinar, planificar, organizar, gestionar las actividades como vender promocionar

El organizador de eventos se desempeña en departamentos de eventos y/o banquetes en establecimientos hoteleros, centros de congresos y entidades organizadoras de eventos, ferias y congresos, tanto en el sector público como privado, tareas que debe desempeñar:

Tareas que debe desempeñar

1. Planificar eventos. El Organizador de Eventos, está capacitado para identificar el cliente del evento a realizar; identificar el concepto y objetivo del mismo; confeccionar un presupuesto; realizar la guía del evento y determinar el cronograma a desarrollarse en el evento.
2. Organizar y gestionar eventos. está capacitado para disponer de todos los recursos humanos, económicos y técnicos del evento; revisar y dar un orden a cada actividad del evento en el cronograma del mismo; siendo el intermediario entre los proveedores de servicios a contratar y/o contratados y el cliente solicitante del evento.
3. Controlar y coordinar el cronograma del evento. para supervisar, guiar y dirigir todos los recursos económicos, materiales, técnicos y humanos del evento; evaluar el resultado final del evento realizado, a fin de comprobar su eficaz desarrollo.
4. Vender y Promocionar eventos. identificar los diferentes públicos; elaborar junto a profesionales un plan de venta y promoción; y ofertar y vender los servicios del establecimiento o eventos en general. Área ocupacional

Etapas de previsión

1. Definición de objetivos: EL objetivo general de implantar un sistema de previsión es integrar el esfuerzo provisional en la organización.



2. Adaptación de la Organización: Para instaurar un sistema de previsión es imprescindible generar un clima favorable que conduzca a su buena acogida. Para ello es necesario comunicar a todo el personal:
 - 1) lo que vamos a hacer
 - 2) por qué lo vamos a hacer
 - 3) y como lo pensamos hacer.
3. Designación de Responsables: Se deben asignar responsables de departamentos, y uno o más responsables para que las previsiones fluyan de departamento a departamento. Estos responsables deberán integrar horizontalmente a todos los departamentos.
4. Con el objetivo de obtener una buena comunicación horizontal entre departamentos, deberemos determinar cuáles son los canales de flujo de información necesarios para mantener a todos los responsables informados.
5. Disposición de Recursos: En función de los recursos disponibles diseñaremos e implantaremos un sistema de previsión más o menos complejo.
6. Elaboración de previsiones: Instaurado el sistema de previsiones, pasaremos al cálculo y la obtención de las mismas según el método o métodos escogidos.
7. Comunicación de resultados: Obtenidas las previsiones es imprescindible comunicarlas a todos los responsables que puedan verse afectados.
8. Aprobación de las previsiones: Una vez realizadas las previsiones, estas deben ser aprobadas mediante el consenso general de la empresa.
9. Control y Seguimiento: Las previsiones nunca son definitivas y siempre debe existir un control y seguimiento. El control de previsiones permite obtener las desviaciones entre la previsión y la realidad, y tomar conciencia de que algo marcha de forma diferente a lo previsto.

Planeación y organización

La organización de eventos es el proceso de diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales puede tener diferentes finalidades.

Dirección y Control

La dirección, que sigue a la planeación y la organización, constituye la tercera función administrativa. Definida la planeación y establecida la organización, sólo resta hacer que las cosas marchen. Éste es el papel de la dirección: poner a funcionar la empresa y dinamizarla. La dirección se relaciona



con la acción –cómo poner en marcha-, y tiene mucho que ver con las personas: se halla ligada de modo directo con la actuación sobre los recursos humanos de la empresa.

Control: Consideraciones para establecer medidas preventivas y de control de peligros y factores de riesgo en seguridad, higiene, ambientales, estructura, organizada y diseñada.

Qué espera el cliente del Organizador

Actividad No. 3

Resuelva las siguientes inquietudes en un folleto máximo de 5 páginas.

1. Qué evento organizaría para la empresa que le patrocina y como lo llamaría. Utilice las preguntas **¿para qué? ¿cómo? ¿cuándo? ¿dónde?** **Realice un listado de los motivos por los cuales se desarrolla el evento**(mínimo 5).

El evento que se plantearía sería uno de tipo cultural exposiciones porque:

- ✓ Para incentivar a las personas
 - ✓ Para generar un tipo de integración
 - ✓ Para informar y actualizar a los empleados del progreso de la empresa
 - ✓ Para demostrarles que hacen parte de la empresa
2. ¿Qué producto o servicio se ofrecería en el evento?

Sería una charla que mostrara la importancia de realizar nuestras actividades de manera óptima y con agrado para potencializar y mantener en un buen rango a la empresa.

3. A qué empresas les solicitar patrocinio, si se necesita, cómo sería el modelo de las cartas que le enviarías, de dos ejemplos.

Empresas del sector industrial.

4. Realiza el portafolio de servicios (puede utilizar cualquier elemento, utilice su imaginación).



Misión

Somos una empresa con una nueva forma de pensar, organizar y hacer las cosas dedicadas totalmente a nuestros clientes especializándonos en todo lo relacionado con la extensa gama de blusas para la mujer, brindando así a nuestros clientes una satisfacción plena a través de nuestros productos, teniendo en cuenta la excelente calidad y exclusividad en cada uno de nuestros

diseños y confeccionamos, ofrecemos blusas con características y accesorios personalizables que permiten adquirir una prenda diferente, poco casual y vanguardista. Atendemos a mujeres con un sentido práctico de la moda y representamos una opción inteligente a la hora de comprar blusas.

Visión

Nuestro enfoque es la fidelidad de los clientes. En el 2015 seremos una de las mejores opciones en cuanto a diseño de blusas, se refiere en la ciudad de Bogotá basándonos en la moda para siempre estar a la vanguardia, con un personal idóneo, comprometido y optimo en servicios de calidad para nuestros clientes.

Mejorar día a día y mantener un plan de liderazgo en el mercado, posicionándonos como una empresa sólida y abierta a la crítica, cuando se trate de calificar nuestros productos.

Contribuiremos a lograr que el mercado de las blusas en Bogotá tenga una nueva alternativa y una mayor acogida a través de nuestro servicio único y exclusivo.

Nuestros Productos



LatinFashion es una empresa que ofrece Blusas en donde se tendrá en cuenta todas las recomendaciones para poder personalizar nuestras prendas al gusto de la compradora que lo requiera.

Para mayor información contáctenos en el 310 2173236 o en nuestras oficinas Calle 67 No. 8 – 40.



5. ¿Qué papel desempeñarías dentro del evento?

Haría parte de todo, sin embargo me enfocaría más por la logística del mismo. Teniendo como base objetivos planteados inicialmente.

6. ¿Cuáles son las cualidades que posee y que influirían positivamente en el desarrollo del evento?

Actitud, pro actividad, ganas de ejecutar actividades

7. ¿Qué conocimiento tiene de la empresa que lo patrocina? Explique.

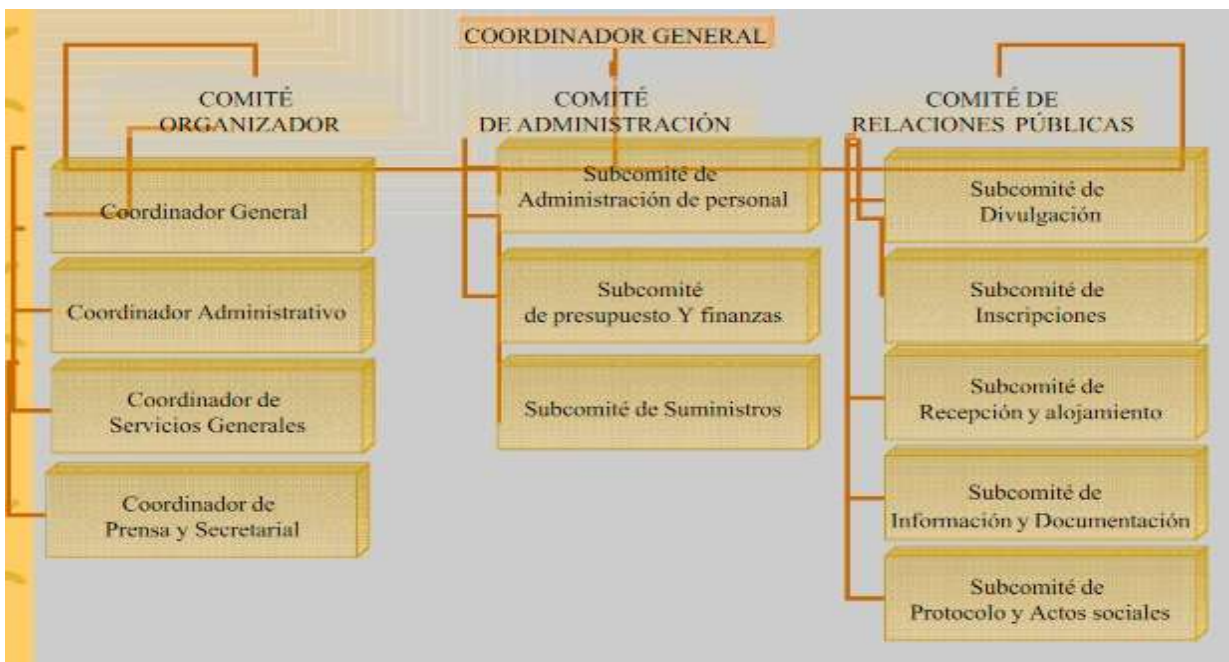
No recibo patrocinio de ninguna empresa, sin embargo mis practicas las homologue por contrato laboral, en Melexa S.A. donde llevo laborando 3 años y es una compañía distribuidora de distintos materiales eléctricos y de comunicaciones que cuenta con 7 sedes en las principales ciudades y una más en Panamá.

Actividad No. 4

Consulte los siguientes temas relacionados con el **COMITÉ ORGANIZADOR**

Los comités Son grupos de personas que contribuyen el trabajo para hacer cumplir los pasos del evento satisfactoriamente, las mismas son nombradas por el comité organizador.

- Estructura Orgánica





- **Coordinación General**

Se encarga de coordinar y dirigir a los integrantes de las diferentes comisiones que comparten el compromiso de planificar, organizar, ejecutar y controlar el evento en respuesta a las necesidades de la institución y sociedad en general.

- ✓ Intervenir directamente en la conformación de los comités y asesorarlos en la definición de las actividades propias.
- ✓ Orientar a los coordinadores de los diferentes comités en la parte de administración y ejecución.
- ✓ Liderar la labor de coordinación en forma permanente con el comité organizador.

- **Coordinación Técnica – Coordinación de Administración**

Se encarga de administrar y manejar todos los recursos humanos, financieros y físicos necesarios, facilita los medios económicos materiales y controla su adecuada utilización.

Se ocupa del apoyo logístico en general para el éxito del evento.

Depende directamente del Director General.

- **Coordinación de información y Relaciones Públicas**

Sus funciones son: Diseño y elaboración del logotipo. Diseño y elaboración del afiche, los programas, folletos, papelería especial, invitaciones, distintivos y todo lo relacionado con impresos. Promoción interna y externa. Diseño y compra de todo el material promocional. Elaboración de las pancartas.

Tiene como misión crear y mantener la imagen positiva de la organización, en las actividades de promoción, divulgación y atención directa de los participantes. Lo conforman los subcomités de divulgación y publicidad, inscripciones, recepción y alojamiento, información y documentación, protocolo y actos sociales

- **Coordinación de Operación**



- Coordinación de Finanzas.

Le corresponde elaborar el presupuesto general de gastos.

Es responsable de la consecución de fondos y aportes para financiar el evento.

Tiene a su cargo el movimiento de cuentas, recargo por facturación de inscripciones y consignación en bancos.

También debe llevar el balance financiero y asigna dos personas en tesorería para el manejo del dinero.

- Subcomités, funciones y responsabilidades de cada uno.

SUBCOMITE DE DIVULGACION PROMOCION Y PUBLICIDAD

Le corresponde divulgar el evento mediante una muy bien planeada campaña publicitaria, que incluya afiches, circulares, plegables, vallas, fotografías, volantes, avisos de prensa, radio y televisión.

Esta promoción debe hacerse de manera escalonada y sostenida con cinco meses de anterioridad, con el fin de crear expectativa en el público.

El elemento que más se utiliza en torno a un evento es el plegable, en él se condensa toda la información que tiene por objeto orientar al público para su participación y asistencia al evento. Tiene la responsabilidad de presentar las escarapelas, la ficha de inscripción diseño del distintivo para plegables, carpetas, material informativo, tarjetas, pancartas, certificados y papelería en general.

SUBCOMITE DE INSCRIPCIONES

La inscripción es la vinculación formal de los participantes o asistentes al evento, es fundamental establecer una fecha límite de inscripción y pago para asegurar el número de asistentes. Los organizadores deben prever un margen del 10% más de asistentes.

El instructivo de inscripción debe hacer claridad acerca de una posible cancelación por fuerza mayor de una inscripción o pago y realizado con la debida anticipación.

SUBCOMITE DE RECEPCION Y ALOJAMIENTO



Tiene como función fundamental atender de forma permanente a todo el personal y proporcionar información y orientación para mantener la imagen positiva del evento. Reservar tiquetes aéreos, estar pendiente de la confirmación, del hotel, recibir a los invitados y conferencistas, debe trabajar en estrecha relación con los de transporte, información y documentación.

A los invitados se les entrega su tarjeta de alojamiento y se acompañan al hotel cuando vienen de otras ciudades o países.

SUBCOMITE DE INFORMACION DOCUMENTACION

Debe ocuparse de todo lo relacionado con:

Integrantes del Comité organizador, comités y subcomités, Integrantes de la mesa directiva, relación de conferencistas y expertos que desarrollarán las actividades dentro del evento,

Itinerarios y tarifas de transportes, realizar las reservas de regreso, relación total de los servicios disponibles del evento, Mediante listado controlar la entrega de documentación que se maneje en el evento. Tiene el deber de presentar el proyecto del programa a realizar.

Elaborar y presentar la lista de invitados especiales, del personal asistente al evento y de los integrantes de los comités, teniendo en cuenta su profesión, título o rango y procedencia, incluyendo direcciones y números telefónicos.

SUBCOMITE DE PROTOCOLO Y ACTOS SOCIALES

En la parte social se encarga del programa en lo relacionado con la instalación, colocación de banderas, himnos, refrigerios, cócteles, bufé y otros, así como los actos culturales o recreativos. En el protocolo debe estar pendiente de la lista de invitados especiales y de las personalidades gubernamentales, civiles, eclesiásticas y militares, el envío de la tarjeta de invitación y del material que ellos necesitan conocer con anterioridad.

- **Posteriormente se elegirá nombre y eslogan para el Evento, concertado por todo el grupo. Después se concretará la Agenda Académica, hora, lugar y fecha del evento.**

El evento será el lanzamiento de un perfume ferowomen y el slogan es una mujer con antifaz, la hora será de 7:00 p.m. hasta las 8:30 p.m. en el auditorio del centro de gestión empresarial.



- Se nombrará a un coordinador por comité que junto con el docente conformarán el comité general organizador del evento. Cada líder tendrá la responsabilidad de elaborar el manual de funciones inherentes a cada comité. Posteriormente, y bajo la orientación del docente el comité académico se encargará de la consolidación de los manuales por comité para presentar el oficial ante el docente.
- Cada comité tiene la responsabilidad de elaborar un organigrama de funciones que se pasará luego al comité académico, quien acopiará los cuatro organigramas específicos, y responderá por el organigrama general del evento.
- Dentro de cada comité se trazarán responsabilidades, cargos y compromisos que serán evaluados constantemente por el docente, a través de unas listas de chequeo por comité, que le permitirán hacer una medición clara de objetivos y tareas a realizar.
- Posteriormente tendrá oportunidad de socializar con sus compañeros un material sobre protocolo, historia, ubicación de las banderas, tipos de eventos; del que saldrá como resultado la elaboración de un mapa conceptual con el objeto de aclarar y fortalecer ideas y conocimientos sobre el tema.

Actividad No. 5

- Posteriormente se llevarán a cabo en clase una serie de actividades de juego de roles con el fin de abordar el concepto de protocolo y etiqueta familiar, social, laboral y en la mesa. Por lo anterior se conformarán subgrupos para que indaguen sobre los temas y realicen una presentación lúdica, con elaboración de plegables y presentaciones en power point para representar los diferentes contextos del protocolo.

Etiqueta

Es el conjunto de reglas y costumbres que nos permite desenvolvemos adecuadamente en los diferentes ambientes. Acto ceremonial y solemne que se observa en los palacios y sitios públicos.

Protocolo

Elemento de orden creado para evitar problemas y resolver divergencias que surgen constantemente del encuentro de las vanidades humanas.



Algunos aspectos relevantes de una personalidad agradable:

Utilizar un tono de voz bajo y bien modulado. Saber escuchar. Mirar a los ojos a nuestro interlocutor. No hablar excesivamente de nuestros propios intereses. No jactarnos de nuestras cualidades ni hablar en exceso de nuestros bienes. Evitar el uso de bromas pesadas.

El arte de la mesa para comidas formales y semiformales

La Mantelería: Blanca para grandes ocasiones, colores pasteles para las menos formales. Las servilletas deben ser del mismo color.

- La Vajilla: El plato base es sólo un soporte. Es de mayor tamaño que los demás. Estos últimos se escogerán de acuerdo con el menú seleccionado.
- Los Cubiertos: Se colocan de afuera hacia adentro, en el orden en que van a ser utilizados. Los tenedores a la izquierda, salvo el tenedor para el plato de entrada que no requiera cuchillo.
- Cuchillos y Cucharas van al lado derecho. Los cuchillos se colocan con el filo hacia adentro.
- Al hablar, no acciones con los cubiertos en la mano.
- El agua puede ser servida antes de pasar a la mesa.
- El vino tinto se sirve a temperatura ambiente, pero fresca.
- Los vinos Blancos y Rosados se sirven fríos.
- Los Alimentos se llevan a la boca sin inclinar el cuerpo.
- Cada porción de carne u otros alimentos, se corta al momento de ingerirla.
- No mueva los alimentos alrededor del plato.
- Del pan sólo se parte el pedazo que se va a comer.
- Alimentos que se comen con las manos: Espárragos, camarones con colas, frutas tales como uvas, fresas, cherries.
- Los espaguetis no se cortan, se envuelven en el tenedor, sobre la base de una cuchara.
- Al servir el postre se retiran todos los platos anteriores.
- El café y los digestivos se sirven fuera de la mesa

Como servir la mesa

- En la mesa se da preferencia al servir a los invitados.
- Si tuviera que servirte a ti mismo hazlo con moderación.
- Nunca se debe hablar mientras se está sirviendo.
- Cuando tengas que rechazar algo lo haces delicadamente.
- No debemos doblar la servilleta cuando acabemos de comer.
- No debemos acercar la silla a la mesa al terminar de comer.
- Si nos indican donde sentarnos debemos hacerlo sin objeción.
- Al sentarnos no debemos hacer ruido.

Como Conducirse En La Mesa



La mesa, es uno de los lugares donde se pone de manifiesto el grado de educación de una persona.

No debemos sentarnos en la mesa antes que nuestros padres y/o de las personas que forman el grupo de comensales.

Hay que sentarse a una distancia conveniente, es decir ni muy cerca ni muy lejos. Así podremos comer con naturalidad y soltura.

No debemos extender los pies debajo de la mesa ni apoyar en ella todo el antebrazo, ni subir los codos.

Comer diferentes tipos de alimentos

Carne

Se debe cortar cada vez un pedazo, con el tenedor y el cuchillo, luego se lleva a la boca con el tenedor en la mano izquierda.

El Pescado

Llevarlo a la boca con el tenedor y sólo se emplea el cuchillo para separar las espinas.

El pan

Se come quitando pedazos y se lleva a la boca, nunca se lleva todo el pan a la boca.

Si se desea poner mantequilla se le pone al pedazo que se llevará a la boca.

Las legumbres y ensaladas

Se comen con el tenedor, nunca se deben mezclar con otros tipos de alimentos.

Las frutas

Manzanas, peras, melones, melocotones, guineo, entre otras, se dividen en pedazos según su tamaño y se toman con el tenedor.

Aceituna, cerezas, naranjas, fresas, uvas, entre otras, se llevan a la boca con la mano o con una cucharilla luego las semillas se reciben en la mano discretamente. En el caso de las uvas se puede tomar un racimo pequeño en la mano.

El guineo entero, se cortan los extremos y luego ayudado con el cuchillo se rasca su cascara, se deposita en el plato y se corta con el cuchillo en rodajas (ruedas) a medidas que nos los vamos comiendo.

Las Almendras, nueces, avellanas, se habren con un cascanueces o rompenueces. Nunca con los dientes.

Las galletas y/o pastas secas

Es permitido tomarlos con las manos.

El pollo, langosta, cangrejo, carnes con hueso

Se permite comer con la mano cuando ya no se pueda continuar con el tenedor.

El café, Té o Leche

Se sirven caliente, en tazas, para enfriarlos no soples, ni vacíes en el platillo. El café complemento de la comida.

El salcocho

Se sirve en la mesa en envases diferentes, caldos separados de víveres y carnes.



El vino, sidra, cervezas

Se sirven en copas y se usan para ayudar a la digestión

Como poner una mesa

No.1 Tenedor No.7 Cucharilla de postre

No.2 Tenedor plato fuerte No.8 Tenedor de postre

No.3 Plato base No.9 Copa de agua

No.4 Cuchillo plato fuerte No.10 Copa vino tinto

No.5 Cuchillo pescado No.11 Copa vino blanco

No.6 Cuchara consomé No.12 Platico del pan

Servilleta, opcional. Es correcto a mano izquierda o mano derecha, nombre del comensal, opcional. Es correcto en cualquiera de los lados.

Diferentes tipos de cubiertos

1- Cuchara de Postre 11- Tenedor de Pescado

2- Tenedor de Mesa 12- Cazo de Sopa

3- Cuchillo de Mesa 13- Cuchara de Mesa

4- Cucharilla de Café 14- Pala de Huevos Fritos

5- Tenedor de Postre 15 y 16- Set de Servir Pescado

6- Cuchillo de Postre 17 y 18- Set de Trinchar

7- Cucharilla Moka 19- Pala de Tarta

8- Tenedor Lunch 20 y 21- Set de Servir Fuentes

9- Cuchillo de Pescado 22- Cazillo Azúcar

10- Cuchara de Salsas

El Protocolo En Las Presentaciones

Es el orden de las presentaciones según los ingleses se presenta primero a las gentes de más categoría.

En una línea de recibo no hay presentación, sólo es saludo.

Las Tarjetas de: Visitas, personal o Profesionales.

Nunca debe faltar en un hogar y es muy necesaria.

La impresión debe ser sobria, clásica, las letras deben ser negras y sin relieve.

Ej. de tarjeta para invitar- estos son 2 ejemplos de las tantas formas y depende a lo que se invite y quien invite.

Traje de fiesta R.S.V.P. Uniforme R.S.V.P.

Uniforme y Condecoraciones Calle Del Sol 48

- R.S.V.P.

Repondez S' ilvousplait

Responder por favor.

Tarjetas Diplomáticas

- Tamaño para Hombre: 3 ½ x 2 (alto)

- Tamaño para damas: 3 ½ x 3 (alto)

p. p. Para presentar



p. r. Para dar gracias

p. f. Para felicitar

p.c. Para condolencia o pésame

p. p. c Para despedirse

Siempre las iniciales van en minúscula abajo a la izquierda.

Las Bebidas

El Café

Lo primero que se sirve, es el azúcar y luego el líquido.

Cuando se va a brindar a las personas se coloca:

A- El asa de la taza del lado derecho

B- La cucharilla del azúcar delante

Cuando se le pasa a la persona quien lo va tomar se coloca el aza del lado izquierdo, para que la persona reciba del lado derecho.

El plato del café, nunca debe ser depositado en la mesa.

Después de tomar el café (sobremesa), lo correcto es brindarle el licor.

La cuchara que sirve para servir el azúcar, al café se llama cuchara "Mara"

Agua Ardiente

Es toda bebida alcohólicas que se destila de frutas, cereales o granos en un aparato llamado alambique.

EJ: De Aguardientes Famosos.

EL RON Destilación de la caña de azúcar

COGNAC Hecho de uvas

CALVODOS Hecho de manzana

WHISKY Se destila de la cebada.

Bebidas Largas

Es bebida de volumen que se sirve en vaso o copa que tenga volumen.

Ej. de Bebidas Largas

- Agua
- Jugos Naturales
- Jugos Efervescentes
- Cerveza
- Tom Collins
- Soombi
- Piña Colada
- Champan
- Sidra

Bebidas Cortas

Son de poco volumen, se sirven en recipientes pequeños.

Ej. De Bebidas Cortas.

- Coñac
- Ponche
- Vinos
- Licores



- Vermuth
- Alexander

Los Vinos

Los Vinos de Mesa:

Son aquellos que acompañan la comida.

En la Entrada - Se sirve el Vino Blanco

En el plato Fuerte - Vino Tinto (De menos cuerpo)

Para los Quesos - Vino Tinto (De más cuerpo)

Temperatura de los Vinos:

Champan - Bien Frío

Vino Blanco - Seco

Vino Blanco Licoroso - Frío

Vino Rosado -

Vino Tinto - A medio Ambiente.

Diferentes estilos de copas y vasos