

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO

SUSTENTADO POR:

MARCO ANTONIO CÁLIX GARCÍA

11611065

PREVIA A INVESTIDURA AL TÍTULO DE

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TURÍSTICAS

TEGUCIGALPA M.D.C

HONDURAS, CA

MARZO 2020

II. AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer al supremo creador del universo Dios que me ha dado la vida y las oportunidades que me han formado en la persona quien soy el día de hoy.

Quiero formular un encarecido agradecimiento a todos los que han posibilitado que culmine esta etapa de mi formación académica y profesional; lo mismo que el apoyo y aporte por cuya virtud he logrado poner en práctica las enseñanzas recibidas por parte de mis mentores entre los que especial mención merece el Licenciado Eric Andino, el Licenciado José Guillermo Berlioz, el Licenciado Julio Carrillo, la Arquitecta Manuela Flores, la Licenciada Patricia Villalta, y el Licenciado Víctor Pereira. Este trabajo no hubiera sido posible sin la encomiable guía de mi Asesora Licenciada Carmen Elena Valladares cuyas valiosas orientaciones e instrucciones permitieron que lo realizara con la calidad que se requiere.

Me permito dar un agradecimiento especial a la magna Institución que he culminado mi práctica profesional en el Instituto Hondureño de Turismo, misma que agradezco a la Licenciada Laura Acosta que me ha guiado debidamente en cada una de las actividades realizadas dentro de la Unidad de Mercados Internacionales, mismas que me han facilitado la realización de ellas. También un agradecimiento a mis Padres que me han brindado la oportunidad de realizar mis estudios en la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC).

III. ÍNDICE

I.	CARTA DE AUTORIZACIÓN	2
II.	AGRADECIMIENTO	4
III.	ÍNDICE O TABLA DE CONTENIDO O ÍNDICE GENERAL	5
IV.	ÍNDICE DE CUADROS, MAPAS, GRÁFICOS, ILUSTRACIONES Y ABREVIACIONES	7
V.	RESUMEN EJECUTIVO	8
VI.	INTRODUCCIÓN	11
VII.	CONTENIDO DEL INFORME	12
	Capítulo 1 Generalidades	12
	1.1 Objetivo general	12
	1.1.2 Objetivos específicos	12
	1.2 Datos de la empresa	13
	1.2.1 Reseña Histórica	13
	1.2.2 Misión	14
	1.2.3 Visión	14
	1.2.4 Valores	14
	1.2.5 Tipo de estructura	15
	1.2.6 Producto o servicios	16
	Capítulo 2 Actividades Realizadas en la Institución	17
	2.1 Actividades realizadas en la empresa	17
	2.1.1 Organización y estructuración de Agenda	17
	2.1.2 Fotografías para Stand	18
	2.1.3 Realización de ayuda memoria en las reuniones.	19
	2.1.4 Creación de Solicitud de compra y espacio para ferias.	20
	2.1.5 Creación de Agenda Ministerial y de Mercadeo.	21
	2.1.6 Creación de Check List de recepción	21
	2.1.7 Preparación de Briefing Book	22
	2.1.8 Manejo de inventario	23
	2.1.9 Monitoreo de Coronavirus en Latinoamérica	24

Capítulo 3 Actividades de Mejora	25
3.1 Situación Actual (Antecedentes)	25
3.2 La Propuesta de Mejora	27
3.2.1 Manual de Procesos para Participación en Ferias de Turismo	28
3.2.1.1 Descripción de la propuesta	29
3.2.1.2 Costos de Manual	30
3.2.1.2.1 Costo de Manual con implementación incluida	30
3.2.1.2.2 Día de capacitación	31
3.3 Impacto de la propuesta	32
VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	33
8.1 Conclusiones	33
8.2 Recomendaciones	34
IX. BIBLIOGRAFÍA	35
X. GLOSARIO DE TÉRMINOS	37
XI. ANEXOS	39
Anexo #1 Solicitud de Compra	39
Anexo #2 Archivo General	40
Anexo #3 Archivo CCG	41
Anexo #4 Artículos y Accesorios CCG	42
Anexo #5 Monitoreo COVID-19	43
Anexo #6 Agenda Ministerial ITB 2020	45
Anexo #7 Check List de Recepción	46
Anexo #8 Manual de Procesos para Participación en Ferias de Turismo	50

IV. ÍNDICE DE CUADROS, MAPAS, GRÁFICOS, ILUSTRACIONES Y ABREVIACIONES

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO.....15

ILUSTRACIONES:

Costos de Manual.....30

V. RESUMEN EJECUTIVO

La práctica profesional es una importante etapa de culminación del proceso de formación académica de un estudiante, que le permite poner en ejecución, todos los conocimientos, destrezas y habilidades adquiridas durante sus años de aprendizaje en su Educación Superior a nivel de Pregrado, en este caso en concreto, para la obtención del grado de Licenciado en Administración de Empresas Turísticas y en el que se prepara al profesional, para entrar en un mercado amplio y diverso como ser el turismo

Es un privilegio realizar la práctica en el Instituto Hondureño de Turismo (IHT) si se toma en consideración que constituye la máxima Institución Pública encargada en organizar y estructurar las empresas, organizaciones y entes turísticos, lo mismo que gestionar la imagen nacional y productos turísticos, tanto en el mercado hondureño, como a nivel internacional, lo que brinda al practicante una amplia gama de experiencias que lo prepara para un mercado como éste, que es tan competitivo y que como tal, exige una diversa cantidad de habilidades adquiridas en el desarrollo de su práctica profesional dentro de tan magna institución.

Dentro de la estructura administrativa de esta institución, cabe destacar la decidida importancia, para el logro de las actividades antes reseñadas, el de una dependencia con funciones gerenciales, encargada de una diversa cantidad de labores, tanto a nivel nacional, como internacional es la Gerencia de Mercadeo (GM). Dividido a su vez en Unidad de Mercados Nacionales (UMN) y la Unidad de Mercados Internacionales (UMI). La Unidad de Mercados Internacionales se encarga de la participación de las Ruedas de Negocios en las Ferias Internacionales de Turismo que representan al país y hablan de todos los atractivos turísticos que este mismo tiene. La colaboración y realización de tareas en esta específica

Unidad, permitió al practicante aprender cada uno de los diversos procesos que conlleva participar en ferias internacionales y los debidos procedimientos que tiene que llevar a cabo la institución internamente, previo a la celebración de la feria, durante la feria y con posterioridad a la misma, asimismo se tuvo la oportunidad de participar en actividades, como el de complementar toda la información de documentos requeridos para participar en las ferias, como ser hoja de registro, la solicitud de espacio, solicitud de diseño del stand, solicitud de decoración, preparación de medios audiovisuales, registró, organización de agenda, briefing book, compra de boletos y solicitud de viáticos. Que cada etapa tiene sus propias partes que conllevan otras actividades involucradas.

Durante la realización de la práctica profesional en la UMI, ejerciendo funciones de Asistente del Jefe de Unidad, el practicante logró identificar una serie de eventos que sucedían de forma frecuente a nivel interno, que afectaban el adecuado avance de documentos o procesos, con la consecuente acumulación y retardo en la tramitación de expedientes en tránsito por la unidad. Una de estas dificultades de mayor afectación, es la falta de personal dentro de la unidad, siendo significativa la ausencia del Oficial de Rueda Internacional y su asistente, lo que incide y tiene por efecto, en que el Coordinador de Rueda, quien tenía una vaga noción del proceso de cada feria que debía llevar, al no contar con una documentación formal por parte del Instituto que esquematice y describa cada etapa a realizar, lo forzaba en muchas ocasiones a efectuar consultas para poder los avances requeridos, con el consecuente retraso en los procesos pendientes.

Como propuesta de mejora a la problemática que se logró identificar con la realización de la práctica profesional, se propone un Manual de Procesos para Participación en Ferias de Turismo, que sirva como guía al personal de la UMI y a la GM.

Gracias a la participación de Honduras en las Ferias de Turismo y las Ruedas de Negocios, se logra llegar a una amplia gama de mercados internacionales interesados en visitar y desarrollar negocios en Honduras, y cumplir con sus objetivos de marketing, que se cumplen gracias a los diversos mercados que llegan estas ferias que van desde Business to Business (B2B), Business to Consumer (B2C) y Consumer to Consumer (C2C).

La realización de la práctica en una institución importante brinda una grata experiencia al estudiante, así mismo pone a prueba su formación académica y genera estímulo al estudiante, para que, por su cuenta, busque crecer y así obtener más conocimientos, mejorar sus destrezas, y ampliar sus habilidades profesionales.

VI. INTRODUCCIÓN

El Instituto Hondureño de Turismo (IHT) tiene como finalidad salvaguardar los recursos naturales, culturales, étnicos, coloniales, cumplimiento de leyes turísticas y responsable y a la vez coadyuvante del desarrollo económico del país. (Guerra, Blanca. 2011) Esto pone a la institución en una posición estratégica para desarrollar al país por medio de gestiones ágiles y eficaces, por esta razón el IHT tiene una variedad de departamentos, que realizan una gran gama de actividades para mejorar el turismo en Honduras.

Una Gerencia encargada de proyectarse a nivel internacional y atraer la mayor cantidad de clientes es la Gerencia de Mercadeo (GM) con sus dos unidades de trabajo, la Unidad de Mercados Nacionales y la Unidad de Mercados Internacionales (UMI). La UMI tiene una amplia gama de deberes que va desde el marketing que se realiza en otros países, relaciones con líneas aéreas, hasta la participación en las Ruedas de Negocios/ Ferias de Turismo que dan a conocer al país a nivel mundial. La realización de la práctica profesional en una Gerencia tan importante brinda al practicante aprender cada uno de los diversos procesos internos que tiene la institución que puede ir desde la hoja de registro, la solicitud de espacio, solicitud de diseño del stand, preparación de medios audiovisuales, solicitud de decoración, registró, organización de agenda, briefing book, compra de boletos y solicitud de viáticos.

VII. CONTENIDO DEL INFORME

Capítulo 1 Generalidades

El presente capítulo se describe los datos más importantes de la empresa o institución que el practicante ha realizado su práctica profesional. La Institución del presente informe fue el Instituto Hondureño de Turismo. Los objetivos están organizados conforme lo considerado importante al practicante.

1.1 Objetivo general

- Poner en práctica la aplicación de los conocimientos adquiridos durante los estudios realizados en la carrera de Administración de Empresas Turísticas.

1.1.2 Objetivos específicos

- Identificar cuáles son los mercados internacionales en que potencialmente podría Honduras tener presencia como destino turístico.
- Esquematizar la forma en que se organiza y estructuran las diversas Ruedas de Negocios en las ferias internacionales de turismo que participa Honduras.
- Categorizar los procesos y procedimientos internos que conllevan en una institución pública para la compra y reserva de espacios en Ferias Turísticas Internacionales.

1.2 Datos de la empresa

1.2.1 Reseña Histórica

En los 50's en Honduras se estaba impulsando el desarrollo de la industria del turismo de forma significativa, resultado a la alta actividad económica que se fue aumentando al pasar los años, gracias al apogeo del turismo de negocios, de la hotelería, restaurantes y por el desplazamiento y permanencia de una o más personas a un lugar u otro, por uno o más días, para compra y venta de mercancía alrededor del país. Eso generó que el Gobierno tomará acciones.

“Durante el Gobierno del Doctor Juan Manuel Gálvez, el primero de febrero de 1953, que se emite la primera Ley de Turismo mediante Decreto Legislativo No: 34, Dicha Ley creó el Instituto del Turismo (hoy Instituto Hondureño de Turismo, IHT)”
(Blanca Estela, 2011)

El Instituto del Turismo funcionaría bajo dependencia inmediata de la Secretaría de Relaciones Exteriores. Tenía un objetivo primordial de organizar, fomentar, guiar y vigilar el turismo en todas sus ramas y acciones. No obstante, esta Ley no tuvo efecto, al no designarse un director que la dirigiera. En 1956 el Secretario de Relaciones Exteriores nombraría a una Comisión especial para regular el turismo, pero no tuvo trascendencia ya que no se asignó presupuesto. El 7 de marzo de 1962 con el Gobernante Doctor Ramón Villeda Morales, el Congreso Nacional emitió la Ley de Fomento del Turismo, creando así el Instituto de Fomento del Turismo que funcionaría de manera semiautónoma bajo la dependencia de la Secretaría de Gobernación y Justicia y Seguridad Pública.

En julio de 1971 con el Gobierno del Doctor Ramón Ernesto Cruz se decide constituir el Consejo Nacional de Turismo. Hasta esas fechas, se había concretado creaciones de instituciones gubernamentales y emisiones de leyes, no obstante, hasta 1972 se comenzarían a tomar decisiones de peso como ser la creación del Instituto Hondureño de Turismo, que funcionaría con un presupuesto de L. 1,000,000.00.

1.2.2 Misión

Somos la institución responsable de promover, conducir, facilitar y fomentar el desarrollo turístico del país, incentivando el flujo de visitantes nacionales e internacionales, que permitan el desarrollo sostenible de los destinos y comunidades receptoras.

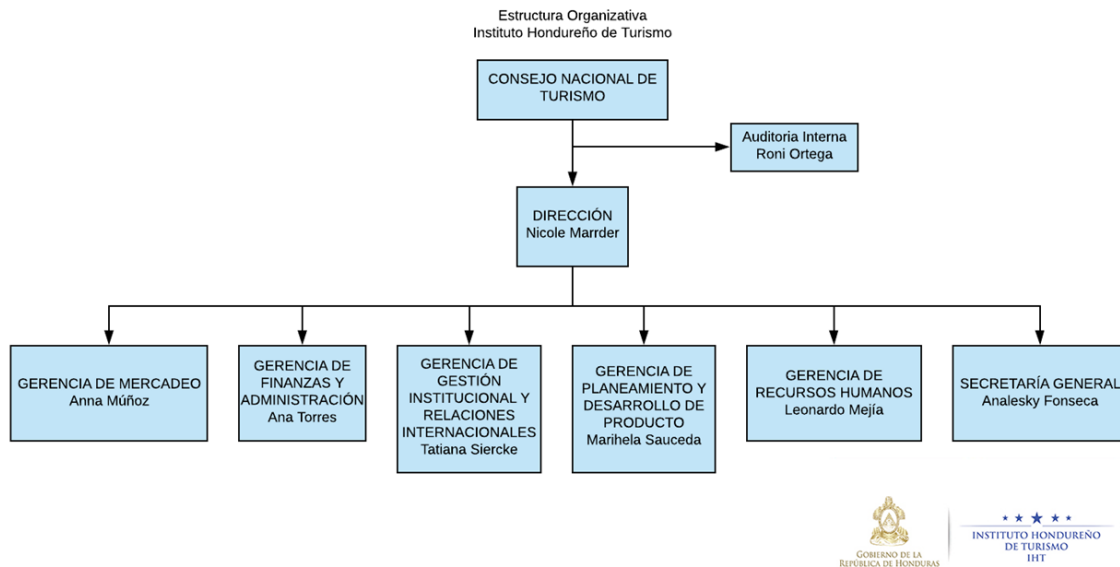
1.2.3 Visión

Ser una institución eficiente, transparente, con credibilidad y reconocimiento del sector público y privado, con personal técnico capacitado, honesto y comprometido con los programas y acciones encaminadas a lograr que Honduras en el año 2021, posicione sus destinos turísticos establecidos en la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible a través de la Puesta en Valor, Consolidación y Diversificación de mercados, productos, y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinde un servicio de calidad internacional.

1.2.4 Valores

El IHT funciona con valores importantes de respeto entre colaboradores, trabajo honesto, equidad de puestos, amor a trabajo y justicia de deberes y derechos.

1.2.5 Tipo de estructura



La estructura Organizativa del Instituto Hondureño de Turismo es una estructura centralizada. Toda decisión que conlleve tener peso, es discutida y tomada por parte del Consejo Nacional de Turismo. Dicho Consejo se conforma por miembros del Instituto Hondureño de turismo y por miembros de la Cámara Nacional de Turismo (CANATURH) para tomar decisiones más certeras. Luego jerárquicamente se encuentran los Gerentes de los diversos departamentos, siendo 6 en su total. Estos se conforman por la Gerencia de Mercadeo, Gerencia de Finanzas, Gerencia de Gestión Institucional y Relaciones Internacionales. Gerencia de Planeamiento y Desarrollo de Producto, Gerencia de Recursos Humanos y Secretaria General.

1.2.6 Producto o servicios

Al ser una institución pública, sus servicios son completamente gratuitos para el público. No tiene productos de venta, pero si da accesibilidad a información completamente gratuita por medio de su Centro de Documentación Turística. Su principal actividad es gestionar las empresas y crear planes de desarrollo turístico para el avance del turismo en el país.

Capítulo 2 Actividades Realizadas en la Institución

El presente capítulo se mencionan las actividades realizadas por el practicante dentro del Instituto Hondureño de Turismo. El puesto que desempeñó el practicante fue “Asistente de Jefe de Unidad de Mercados Internacionales”, encargado de ser auxiliar del jefe de la Unidad, seguimiento de los pendientes que se tuvieran asignados al personal de la unidad, organización y estructuración de la agenda del jefe priorizando actividades, así mismo elaborando un registro pormenorizado y detallado de cada una de las actividades realizadas en la Unidad.

2.1 Actividades realizadas en la empresa

2.1.1 Organización y estructuración de Agenda

El practicante realizaba una lectura de los correos electrónicos para seleccionar los más importantes y así organizar una agenda de pendientes conforme tema más relevante al menor. El cruce de correos es ajetreado entonces el no tener un seguimiento adecuado de la información puede significar una pérdida de datos. No obstante, el permanecer solo en una comunicación electrónica, puede hacer el proceso lento.

Como conclusión es correcto mantener la comunicación en correos electrónicos por formalidad, pero el dar un seguimiento en persona, llamada o mensaje de WhatsApp puede agilizar su proceso.

2.1.2 Fotografías para Stand

Al llegar a la institución la misma se encontraba en el proceso del diseño de stand para la Feria Internacional de Turismo (FITUR), se le solicitó ayudar al Coordinador de Rueda de Mercados Internacionales Eduardo Ocampo. La solicitud que le fue realizada fue para ayudar en el montaje y arreglo de las fotografías que se utilizarían en el stand. La fotografía debía tener 300 píxeles por pulgada (PPP) para cumplir con los requisitos mínimos para ser impresos y que no perdiera su calidad. Por lo tanto, el practicante junto a su compañero asignado procedió con la solicitud de fotografías a los diversos departamentos del IHT, hasta encontrar las que cumplieran con la debida calidad. La gran mayoría de fotografías no cumplían con el requisito, así que esto género que se tuviera que ser modificada por medio de Adobe Ilustrador, se hizo el arreglo y luego fue aprobado por la viceministra del IHT. Dicha tarea fue realizada también en la Feria de Boot Dusseldorf, Mercado Internacional del Turismo Mediterráneo (Con sus siglas en inglés - International Mediterranean Tourism Market - IMTM).

Como conclusión es necesaria la realización de un banco de fotografías que tenga acceso tanto la Unidad de Mercados Internacionales (UMI) y la Unidad de Mercados Nacionales (UMN), Presidencia ejecutiva y la agencia de publicidad Saatchi & Saatchi. Esto facilitaría el trabajo de los diversos departamentos y disminuiría el tiempo de búsqueda de medios visuales.

2.1.3 Realización de ayuda memoria en las reuniones.

Al fungir el cargo de Asistente de la jefa de la UMI, la labor del practicante era participar en cada una de las reuniones que estuviera involucrada su superior. Anotando cada uno de los temas que se tocaran en las reuniones, señalando los debidos pendientes de cada colaborador y sus fechas de entrega; al final el practicante realizaba la ayuda memoria que sería compartida a cada miembro asistente. La ayuda memoria iría estructurada por el listado de los asistentes, la hora de la reunión, el lugar, quien preside la reunión, una breve introducción y el listado de los pendientes con el debido encargado.

Como conclusión es adecuado mantener el orden en las reuniones para así estructurar de forma correcta la ayuda memoria. También es perenne darle seguimiento a la ayuda memoria para verificar el cumplimiento de los deberes.

2.1.4 Creación de Solicitud de compra y espacio para ferias.

Se aprendió el proceso interno que conlleva la solicitud de compra y espacio para una feria, que dicha feria tendrá una rueda de negocio que se realizará en Washington. Esta será realizada por la unidad del IHT que se encuentra en Miami, Florida, Estados Unidos. Se le solicitó ayuda para la redacción de la solicitud de compra y espacio, misma que tiene un formato que lleva la fecha del evento, información básica, descripción de lo que se solicita que puede ser un bien, servicio o compra y una justificación debida que logre explicar la necesidad a satisfacer y por último a la información de la estructura presupuestaria de donde se sacarían los fondos (Que es buscar en el plan operativo anual de la unidad). Luego de esto se procedió a llevar el documento a recibir el Visto Bueno (V.B) de parte de la Jefa de Unidad, que pasaría después a ser firmado y aprobado por la Gerencia de Mercadeo (GM), luego se aprobaría por la viceministra, luego el departamento legal y culminando con el departamento de finanzas (Ver Anexo #1)

Como conclusión es pertinente mantener un control de cada etapa que se encuentra un documento y en caso de tener algún tipo de atraso, comunicarse con el jefe de la unidad debida para saber su situación.

2.1.5 Creación de Agenda Ministerial y de Mercadeo.

El practicante fue involucrado en la organización y realización de la Agenda Ministerial que se enmarcaban las reuniones que debía tener presidencial en la Feria de International Tourism Berlín (ITB). Asimismo, la agenda que debía tener Mercadeo en la feria de FITUR. Llegaba una gran cantidad de solicitudes de reuniones que iba a tener que atender los delegados de presidencia Ejecutiva o Mercadeo (Dependiendo el objetivo de la reunión), por esta razón cada Gerencia se encarga de filtrar reuniones que no fueran de mucho peso y solo pasando la información de las reuniones más importantes (Ver Anexo #6).

Como conclusión es importante mantener un orden con respecto de las reuniones que acepta presidencia ejecutiva o gerencia de mercadeo, si acepta directamente un miembro de alto cargo para que no haya cruce de horarios que afecten.

2.1.6 Creación de Check List de recepción

Se involucró al practicante en la creación del Check List de Recepción de materiales y stand. Los grupos delegados al llegar a las ferias deben verificar apenas lleguen al país, por medio de un check list de recepción de cada material comprado para la feria. En caso de no estar algo en orden, se debía comunicar con la empresa encargada del montaje para brindar la solución (Ver Anexo #7).

Como conclusión se debe tener un debido control y orden con respecto a los materiales solicitados para cada stand y verificar con antelación que el montaje haya sido del último Visto Bueno (VB) aprobado por los debidos jefes de unidad.

2.1.7 Preparación de Briefing Book

Se involucró al practicante en el proceso de la recopilación de la información importante (Briefing Book) de las siguientes ferias: Feria Internacional de Turismo (FITUR), Düsseldorf International Boat Show (BOOT), International Mediterranean Tourism Market (IMTM), La Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO), International Tourism Berlín (ITB). Se compilaba la información más importante conforme a cada asistente, ya que sería personalizada (En el caso de información de boleto aéreo y habitación del hotel) para cada feria, dicha información sería: Informe Técnico, diseño del stand, participantes, lista de contactos, boletos aéreos, reserva de hotel, mapa del destino impreso, mapa del lugar que se realizaría el evento. Una vez recatada la información sería toda organizada, unida y empastada para darle conclusión al briefing book.

Como conclusión es adecuado verificar desde el inicio que todo proceso sea aprobado debidamente, para no ser atrasado en la organización del briefing book.

2.1.8 Manejo de inventario

El Instituto al encontrarse en proceso de mudanza al Centro Cívico Gubernamental (CCG) le solicitó a cada Gerencia y sus debidas unidades el llevar un control de inventario de cada archivo existente y así ser organizado y guardado debidamente en las cajas de mudanza. Se organizó en tres tipos de caja, la primera era en caja de archivo que se conforma toda documentación que sería llevada a las bodegas (Ver Anexo #2), la segunda era Archivo CCG (Ver Anexo #3), que es documentación trasladada al centro cívico. Y la tercera caja eran artículos personales al Centro Cívico que se conforma por todo material de oficina y artículos personales (Ver anexo #4).

Como conclusión es de vital importancia llevar un debido control del inventario y siempre rotular de la forma adecuada cada caja, esto facilita el transporte y aseguraría su debida llegada sin inconvenientes al colaborador.

2.1.9 Monitoreo de Coronavirus en Latinoamérica

Con la situación de gravedad del Coronavirus, el IHT debía mantenerse atento en cómo crecía la enfermedad a nivel mundial para tomar las debidas medidas de control. Se delegaron los monitoreos de las zonas a diversos colaboradores de la UMI, siendo el practicante encargado en la supervisión de Latinoamérica. Se debía investigar en noticieros, redes sociales y cualquier medio fidedigno el número de infectados, fallecidos y recuperados. También qué medidas había tomado cada país desde cierre de fronteras, cierre de aeropuertos, cierre de centros escolares, apertura de centros epidemiológicos etc. Todo para dar guía de las medidas que debía tomar la institución para prevenir el crecimiento de la enfermedad dentro del rubro del turismo a nivel nacional (Ver Anexo #5)

Como conclusión es de vital importancia estar atentos a las acciones que realizan otros países ante situaciones de gravedad y actuar de forma preventiva antes que llegue la enfermedad o el problema y dañe severamente. Y es importante tomar en cuenta qué medidas tomar una vez que llegue el problema a territorio nacional y su debido plan de acción.

Capítulo 3 Actividades de Mejora

Durante la práctica profesional realizada en el IHT, el estudiante desempeñó el cargo de Asistente de Jefe de Unidad de Mercados Internacionales, asistiendo en los deberes que involucran al instituto en la participación de ferias de turismo. Durante la experiencia el practicante logró identificar la falencia dentro de la unidad al no tener un manual oficial que le permita a los miembros de la unidad abocarse para guiarse debidamente en los procedimientos a realizar.

3.1 Situación Actual (Antecedentes)

El IHT es una Institución que tiene años de funcionamiento y con una amplia experiencia, que a pesar de su bajo presupuesto realizar varias actividades. La GM es una gerencia de bastante peso al tener un 80% del presupuesto de la institución invertido en él. Es por eso que su funcionamiento debe ser impecable para funcionar bien, con cada uno de sus procesos y procedimiento debidamente estructurados en manuales o guías internos. Anteriormente existía un colaborador con vasta experiencia de 20 años en realización de ferias, no obstante, el colaborador renunció de la institución y sus conocimientos prácticamente se fueron con su persona. Dentro de la UMI no hay existencia de un Manual detallado que facilite la organización de las Ruedas de Negocios/Ferias turísticas que participa el IHT.

Los colaboradores que quedaron dentro de la UMI manejan los procesos que debe llevar para las ferias, pero de manera “Empírica”, es por esa razón que cuando llegó el nuevo colaborador para el cargo de Coordinador de rueda, tuvo que aprender consultando a sus

superiores. Por esa razón es concerniente tener un documento que organice bien estos procesos para cuando exista un ingreso de nuevos colaboradores estos puedan llevarlos bien. La disposición de un documento formal podría facilitar para la unidad el seguimiento de documentación, procesos y procedimientos que conlleva cada feria, previniendo algún atraso por parte de falta de documentación o la misma presentación tardía de un documento. También prevé cualquier pérdida de información o proceso por salida de algún miembro de la institución.

“El manual presenta sistemas y técnicas específicas. Señala el procedimiento a seguir para lograr el trabajo de todo el personal de oficina o de cualquier otro grupo de trabajo que desempeña responsabilidades específicas. Un procedimiento por escrito significa establecer debidamente un método estándar para ejecutar algún trabajo.”
(Kellog, 1962).

Una debida fuente de guía para prevenir la pérdida de información por rotación de personal es por medio de Manuales estructurados que den la debida guía y capacitación al personal. Que sirvan como fuente de información para tener idea de que proceso seguir o verificar si falta alguna documentación pertinente a la feria.

3.2 La Propuesta de Mejora

La Unidad de Mercados Internacionales es un pilar dentro de la institución, porque el 80% del presupuesto asignado se destina prácticamente a dicha unidad. La participación de Honduras en las ferias FITUR, IMTM, ITB, BOOT, ANATO, Feria Internacional de Turismo Ornitológico (Bird Fair Uk), World Travel Market (WTM)

y las ruedas de negocios de Travel & Adventure Show realizadas en Estados Unidos, es de suma importancia. Con dicha participación Honduras logra llegar a diversos mercados especializados ofertando sus atractivos turísticos, así mismo como mejores oportunidades de networking y marketing para las empresas participantes en dichas ferias.

Razón importante que dicha unidad debe ser estructuralmente fuerte y con personal en experiencia en el área. En la actualidad el IHT se encuentra en reestructuración, razón por la cual la UMI a pesar de ser una unidad con bastante peso, solo cuenta con dos personas, Asistente de la unidad y el Coordinador de Rueda en Mercados Europeos, quedando en una situación corta de personal. La unidad debería contar con mínimo unas 5 personas, Jefe de Unidad de Mercados Internacionales y su debido asistente personal. Coordinador de rueda de Mercados Europeos, Oficial de Mercados Internacionales y el asistente de la unidad. Se vuelve una prioridad el tener dicha cantidad de colaboradores en la unidad para que las actividades funcionen de manera adecuada.

Así mismo el personal lleva bastante tiempo en sus puestos, así que hay tener movilización de personal, prácticamente la experiencia se va con el personal. Al no tener manuales o guías detalladas por algunos puestos esto puede suponer un aprieto a la hora de trabajar de manera efectiva con un personal no tan cualificado y sin debida guía.

3.2.1 Manual de Procesos para Participación en Ferias de Turismo

El manual está organizado para el Oficial de Rueda y Coordinador de Rueda. Con el objetivo de guiar cada uno de los procesos internos que debe realizar la UMI para la participación en ferias de turismo. Se señalan los procedimientos internos que hay que realizar en la institución para un debido cumplimiento de cada etapa que se realiza, detallando la documentación pertinente para trámites administrativos, diseño de stand, decoración, viáticos, representación artística, aprobación de imágenes, briefing book's etc., tomando la previsión de los debidos tiempos que se requiere para cada una de las ferias más importantes que participa la institución. (Ver Anexo #8)

3.2.1.1 Descripción de la propuesta

El Manual de Procesos para Participación en Ferias de Turismo se estructura de forma que pueda brindar cada procedimiento que debe tener en cuenta el colaborador que desee abocarse a él, igualmente funge como guía de apoyo para la UMI en mantener un orden en la preparación de la documentación necesaria para trámites administrativos, consejos de redacción para informes técnicos, preparación de agendas y creación del briefing book con un enfoque general de las Ruedas de negocios, sujeto a cambio en cada feria distinta pero funciona de marco para guiar al nuevo integrante en el departamento.

Este Manual se prepara para ir dirigido al Oficial y al Coordinador de Rueda UMI, con copia al Jefe de Unidad de UMI y a Gerencia de Mercadeo. En se describe el proceso que deberá seguir la Unidad para la realización de una feria, escrito de un punto de vista general de ferias, ya que dependiendo de la feria pueden ser agregados o quitados ciertos procesos, pero su estructura básica se conforma de manera parecida en todas las ferias.

Los recursos necesarios para la realización de la propuesta son materiales básicos de oficina, el manual sería creado de forma como una consultoría aparte que trabajo para organizar sus procedimientos internos de la institución. El día de la capacitación solo sería necesaria una computadora y un Data Show para finiquitar con una presentación y una prueba final que evalúe los conocimientos adquiridos.

3.2.1.2 Costos de Manual

3.2.1.2.1 Costo de Manual con implementación incluida

Los costos de manual están organizados en 3 partes. Costo que conlleva la preparación de la documentación pertinente para ser entregada. Otros gastos que van incluido el transporte de cada día de las horas trabajadas y el día de la capacitación. Y el tercer apartado habla de los costos por el servicio prestado, en el que forma parte la mano de obra por la creación del manual y así mismo un día de capacitación que tendrá una duración de 2 horas a los grupos involucrados. Y culminando con una prueba online para verificar el aprendizaje del manual. El asistente de la UMI, El oficial de UMI, El coordinador de Rueda, Jefe de Unidad, Subgerencia y Gerencia de Mercadeo recibirán un manual en físico, así mismo se daría una copia para Recursos Humanos. Dando 2 copias extra para archivo y una para ser usada en capacitaciones futuras al personal nuevo.

Costo de Manual			
Materiales			
	Unidad	Precio Unitario	Subtotal
Resma de Papel	1	L 100.00	L 100.00
Cartuchos de Impresora	1	L 350.00	L 350.00
Grapas	1	L 20.00	L 20.00
Empastados	8	L 30.00	L 240.00
Gastos Varios			
	Visitas	Litros	
Transporte	6	L 150.00	L 900.00
Mano de obra			
Capacitación	1		L -
Horas de consultoria	20	L 500.00	L10,000.00
		Subtotal	L11,610.00
	Honorarios Profesionales	12.50%	L 1,451.25
		Total	L13,061.25

3.2.1.2.2 Día de capacitación

Se organizaría un día una capacitación del manual, explicando las 3 etapas que lleva una feria y luego analizando a profundidad el manual. Sus etapas de análisis serían:

- Documentos Administrativos y como redactar documentación (1 hora)
- Estructura del Briefing book (30 Minutos)
- Feedback de la feria (15 Minutos)
- Fechas de antelación. (15 Minutos)

Al finalizar la capacitación se realizaría una prueba en línea de 15 minutos, para medir el impacto de aprendizaje de los socios involucrados. De esta forma se ayuda a que cada miembro de la UMI conozca los procesos y procedimientos que lleva la realización de una feria, así mismo pueda ayudar en caso de un fallo o que un proceso tenga un inconveniente.

Al finalizar cada participante recibirá un documento original y una copia online, recibiendo documentación el asistente de unidad, Oficial de Rueda, Coordinador de Rueda, Jefe de Unidad UMI, Subgerencia y Gerencia de Mercadeo. También se le brindarán dos a Recursos humanos, uno para archivo y otro para ser utilizado en capacitaciones a nuevo personal.

3.3 Impacto de la propuesta

La Gerencia de Mercadeo es una unidad importante del IHT al ser el departamento encargado de posicionar a Honduras como un destino turístico en mercados B2B, B2C y C2C. La inexistencia de un manual de procedimientos y guía para la realización de ferias podría dificultar el desempeño laboral del colaborador encargado de la participación de Honduras en los eventos. Pero un documento puntualizado podría servir de guía para facilitar la labor del colaborador.

Esta guía evitará atrasos de los procesos y tiempos que debe de tener en consideración el organizador, para así preparar todo con sus debidos tiempos y debidamente estructurado. Mantener documentado cada proceso y procedimiento agiliza las labores de cada colaborador y disminuye atrasos en caso de rotación de personal.

También fungirá como documento para abocarse en caso de dudas o revisión de seguimiento de documentación. El manual al quedar dentro de la institución supondrá un soporte para la unidad, y en caso de rotación de personal, dicha información de peso quedará dentro de la institución.

VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La culminación de la práctica profesional permite sacar las siguientes conclusiones y recomendaciones:

8.1 Conclusiones

- Se concluye que los conocimientos y habilidades adquiridas durante la formación en la Licenciatura de Administración de Empresas Turísticas, se logra preparar al estudiante con las herramientas necesarias para aprender y organizarse mejor en el mercado laboral y así responder ante las situaciones con un alto nivel de profesionalismo.
- Existen muchos mercados internacionales interesados en visitar y desarrollar negocios con Honduras entre las que se logró identificar, por tener mayor crecimiento y cada vez más determinante presencia a nivel mundial, algunas como las ferias de turismo que se desarrollan en el mercado asiático, entre ellas, especialmente: Feria International Tourismus-Börse Asia (ITB Asia), India International Travel & Tourism Exhibition (IITT) de las que se recibe anualmente invitación a participar, a las que el IHT no asiste, bajo la justificación de falta de presupuesto para ello.
- De acuerdo al Manual de Procesos para Participación en Ferias de Turismo, propuesto, ha quedado debidamente esquematizado cual es la forma en que se organizan y estructuran las Ruedas de Negocios en que tiene participación Honduras.
- Se logró categorizar cada proceso de compra y reserva de espacio en Ferias Turísticas Internacionales por medio del Manual de Procesos para Participación en Ferias de Turismo, gracias a la representación de los flujogramas incluidos.

8.2 Recomendaciones

- Se propone que, durante en proceso de formación académica de la carrera de Licenciatura de Administración de Empresas Turísticas, se estimule y haga énfasis al estudiante, para que por su propia cuenta, adquiera conocimientos, destrezas, habilidades y aproveche todo tipo de experiencias que le permitan realizar tareas de oficina o relacionadas con procesos de gestión, que seguramente se encontrará cuando ingrese al mercado laboral o en emprendimientos que realice por su cuenta, los que podrá enfrentar con mejores rendimientos.
- Es recomendable lograr patrocinios con líneas aéreas que operen en Honduras para concretar viajes a las ferias asiáticas, que permitan ofrecer al país como destino turístico y tratar de conectar tour operadores asiáticos con locales para ofertar paquetes turísticos desarrollados y mercadeados en Asia y que sean ejecutados por compañías locales.
- Sería aconsejable tener estructurado de manera más adecuada las unidades de cada gerencia, con sus debidos puestos y manuales actualizados, con labores señaladas detallando cada proceso de su unidad; así mismo el manejo de la estructura para cada procedimiento interno, con la documentación pertinente. Esto permitirá disminuir problemas o atrasos de documentación y fungir como guía informativa y de fácil uso para los colaboradores de la institución.
- Se debe procurar conocer y manejar con propiedad los procesos y procedimientos internos que se efectúan dentro del Instituto Hondureño de Turismo, en procura de facilitar el trámite administrativo, con lo que se agilizaría la compra y reserva de espacios en Ferias Turísticas Internacionales, disminuyendo los atrasos que pudieran presentarse.

IX. BIBLIOGRAFÍA

ACADEMIC. (2020). Consultado el (16/03/2020) recopilado del siguiente link

ENCICLOPEDIA UNIVERSAL: <https://esacademic.com/dic.nsf/eswiki/480659>

ANATO. (2020). consultado el (18/03/2020) recopilado del siguiente link;

<https://www.anato.org/>

Bauerchse-Barbo, Regina. (2006). Manual de Ferias para el Desarrollo Económico Local

Boot Düsseldorf. (2020). consultado el (10/03/2020) obtenido del siguiente link:

<https://www.boot.com/>

Birdfair UK. (2020). consultado el (25/02/2020) recopilado del siguiente link:

<https://birdfair.org.uk/>

Fitur (2020). consultado el (20/03/2020) recopilado del siguiente link:

<https://www.ifema.es/fitur>

Fundación Museo de las Ferias. (2020). Documentos FERIALES Archivos Municipales de Medina del Campo, Villalón y Medina de Rioseco.

Guerra, Blanca Estrada. (2011). Introducción a la Historia del Turismo en Honduras

IMTM. (2020). consultado el (18/02/2020) recopilado del siguiente link: [https://www.imtm-](https://www.imtm-telaviv.com/)

[telaviv.com/](https://www.imtm-telaviv.com/)

ITB. (2020). consultado el (20/03/2020) recopilado del siguiente link: [https://www.itb-](https://www.itb-berlin.com/)

[berlin.com/](https://www.itb-berlin.com/)

Kotler, P. y Armstrong, Gary. (2012). Marketing

Kotler, P. (2011) Marketing Turístico.

KELLOG, G. (1963). Preparación del manual de oficina. México: reverte.

Ríos, Luisa y Martínez, Luisa. (2014) Manual de Eventos

OMT. (2020). Organización Mundial de Turismo. Consultado el (16/03/2020) recopilado del siguiente link: <https://www.unwto.org/es>

Sagastume, Magdala (S.f) Manual para organizadores de Ferias

WTM. (2020). consultado el (20/02/2020) recopilado del siguiente link: <https://london.wtm.com/>

X. GLOSARIO DE TÉRMINOS

ANATO: La Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo

Bird Fair UK: Feria Internacional de Turismo Ornitológico

B2B: Business to Business

B2C: Business to Consumer

Boot Düsseldorf: Düsseldorf International Boat Show

C2C: Consumer to Consumer

CNT: Consejo Nacional de Turismo

CATA: Central America Tourism Agency

Diagrama de Flujo: El diagrama de flujo consiste en la representación gráfica de un proceso.

Se suele utilizar unas diversas disciplinas como programación, economía, procesos industriales y psicología cognitiva. Un diagrama representa los flujos de trabajo paso a paso del negocio y operacionales de los componentes en un sistema.

FITUR: Feria Internacional de Turismo

GM: Gerencia de Mercadeo

IHT: Instituto Hondureño de Turismo

IMTM: International Mediterranean Tourism Market

ITB: International Tourism Berlín

Manual: Se define como manual a un documento detallado del procedimiento de una acción o actividad, se concentra la información más pertinente y está al alcance del personal y sirve para conseguir los objetivos de la organización. (ONU, 2009)

Memorando: El memorando o memorándum trata de un escrito breve y conciso que sirve para recordar alguna indicación, recomendación, instrucción o disposición por parte del personal o superiores.

UMI: Unidad de Mercados Internacionales



UMN: Unidad de Mercados Nacionales

VB: Visto Bueno

WTM: World Travel Market

XI. ANEXOS

Anexo #1 Solicitud de Compra

  INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO																																																												
Tegucigalpa, M.D.C., _____ de _____ de _____																																																												
SOLICITUD DE COMPRA										No. de Solicitud:																																																		
										F-01 No. precompromiso:																																																		
Se solicita muy cordialmente efectuar la siguiente compra:																																																												
CATEGORIA																																																												
Bienes y Servicios <input type="text"/>				Consultorías <input type="text"/>				Obras <input type="text"/>																																																				
JUSTIFICACIÓN (NECESIDAD A SATISFACER):																																																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">CLASE DEL GASTO</th> <th rowspan="2">UNIDAD EJECUTORA</th> <th rowspan="2">FUENTE FINANCIERA</th> <th rowspan="2">CODIGO GERENCIAL</th> <th colspan="5">ESTRUCTURA PROGRAMÁTICA</th> <th rowspan="2">CANTIDAD</th> <th rowspan="2">UNIDAD DE MEDIDA</th> <th rowspan="2">ESPECIFICACIONES TECNICAS DE LA COMPRA</th> <th rowspan="2">DISPONIBILIDAD PRESUPUESTARIA</th> </tr> <tr> <th>PROGRAMA</th> <th>SUBPROGRAMA</th> <th>PROYECTO</th> <th>ACTIVIDAD</th> <th>OBRA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">Publicidad y Propaganda</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>													CLASE DEL GASTO	UNIDAD EJECUTORA	FUENTE FINANCIERA	CODIGO GERENCIAL	ESTRUCTURA PROGRAMÁTICA					CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	ESPECIFICACIONES TECNICAS DE LA COMPRA	DISPONIBILIDAD PRESUPUESTARIA	PROGRAMA	SUBPROGRAMA	PROYECTO	ACTIVIDAD	OBRA												Publicidad y Propaganda																		
CLASE DEL GASTO	UNIDAD EJECUTORA	FUENTE FINANCIERA	CODIGO GERENCIAL	ESTRUCTURA PROGRAMÁTICA					CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	ESPECIFICACIONES TECNICAS DE LA COMPRA	DISPONIBILIDAD PRESUPUESTARIA																																																
				PROGRAMA	SUBPROGRAMA	PROYECTO	ACTIVIDAD	OBRA																																																				
											Publicidad y Propaganda																																																	
<table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">FECHA EN QUE SE REQUIERE EL BIEN O SERVICIO:</td> <td style="width: 50%;">MES PROGRAMADO PARA LA EJECUCION DEL GASTO:</td> </tr> </table>													FECHA EN QUE SE REQUIERE EL BIEN O SERVICIO:	MES PROGRAMADO PARA LA EJECUCION DEL GASTO:																																														
FECHA EN QUE SE REQUIERE EL BIEN O SERVICIO:	MES PROGRAMADO PARA LA EJECUCION DEL GASTO:																																																											
DOCUMENTOS ADJUNTOS: Informe tecnico, certification de consejo, infomacion de la feria, hoja de exclusividad, hoja de registro, plano del stand y acta de compromiso.																																																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="6">SOLICITADO POR:</th> <th colspan="6">VISTO BUENO JEFE DE UNIDAD:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="6">Nombre</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td colspan="6">Firma</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td colspan="6">Fecha</td> <td colspan="6"></td> </tr> </tbody> </table>													SOLICITADO POR:						VISTO BUENO JEFE DE UNIDAD:						Nombre												Firma												Fecha											
SOLICITADO POR:						VISTO BUENO JEFE DE UNIDAD:																																																						
Nombre																																																												
Firma																																																												
Fecha																																																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="6">APROBADO GERENTE DE AREA:</th> <th colspan="6">VERIFICADO UNIDAD DE COMPRAS:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="6">Nombre</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td colspan="6">Firma</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td colspan="6">Fecha</td> <td colspan="6"></td> </tr> </tbody> </table>													APROBADO GERENTE DE AREA:						VERIFICADO UNIDAD DE COMPRAS:						Nombre												Firma												Fecha											
APROBADO GERENTE DE AREA:						VERIFICADO UNIDAD DE COMPRAS:																																																						
Nombre																																																												
Firma																																																												
Fecha																																																												
Para uso exclusivo de la Unidad de Compras																																																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="4">Verificado en PACC por:</th> <th colspan="4">Registro en HONDU COMPRAS por :</th> <th colspan="4">Adjudicado en HONDU COMPRAS por:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="4">Nombre</td> <td colspan="4"></td> <td colspan="4"></td> </tr> <tr> <td colspan="4">Firma</td> <td colspan="4"></td> <td colspan="4"></td> </tr> <tr> <td colspan="4">Fecha</td> <td colspan="4"></td> <td colspan="4"></td> </tr> </tbody> </table>													Verificado en PACC por:				Registro en HONDU COMPRAS por :				Adjudicado en HONDU COMPRAS por:				Nombre												Firma												Fecha											
Verificado en PACC por:				Registro en HONDU COMPRAS por :				Adjudicado en HONDU COMPRAS por:																																																				
Nombre																																																												
Firma																																																												
Fecha																																																												

Anexo #3 Archivo CCG



ARCHIVO CCG

Código de Ubicación: **Caja N°:**

Gerencia Responsable:

Empleado a Cargo:

Asunto:

No.	Descripción de los Documentos que Contiene la Caja

Anexo #5 Monitoreo COVID-19

MONITOREO COVID - 19

Status de Sudamérica y Centroamérica al 12 de marzo 2020

Argentina: tiene 31 casos de coronavirus confirmados y un caso fallecido

Reprograman Lollapalooza Argentina por pandemia de coronavirus

Brasil: El Secretario de Prensa Brasileño sale positivo por Coronavirus días después de visitar a Donald Trump en Mar-a-Lago

El ministro de salud de Brasil confirma 60 casos positivos de coronavirus. La mayoría de los infectados se encuentran en Sao Paulo.

Bolivia: Gobierno de Bolivia clases escolares en todo el país hasta el 31 de marzo. El Ministro de Salud, Aníbal Cruz Senzano, confirma 2 casos.

Chile: El Ministerio de salud de Chile confirmó 33 casos de confirmados de Coronavirus, 14 en la región metropolitana.

Colombia: declara emergencia sanitaria por coronavirus y cuenta con 9 casos confirmados.

Costa Rica: confirma 22 casos de coronavirus.

Ecuador: tiene 17 casos confirmados. Al mismo tiempo la Secretaría de Educación suspendió actividades académicas a nivel nacional.

Honduras: La Secretaría de Salud de Honduras confirma 2 casos positivos.

Perú: tiene 22 casos confirmados positivos.

Puerto Rico: declara estado de emergencia a pesar de no tener ningún caso de Coronavirus.

Panamá: El ministerio de salud de Panamá tiene confirmados 14 casos de coronavirus y un fallecido.

Paraguay: confirma 5 casos positivos de Coronavirus

República Dominicana: cuenta con 5 casos confirmados

Venezuela: cancela vuelos provenientes de Europa y Colombia.

Guyana: cuenta con 1 caso confirmado

Guyana Francesa: cuenta con 5 casos positivos

La dirección de Competiciones de Clubes de la CONMEBOL informó la suspensión temporal de la CONMEBOL.

Países que no cuentan con casos positivos:

Guatemala, Nicaragua, El Salvador, Uruguay, Venezuela, Suriname.

Trinidad y Tobago no cuentan con casos activos.

El siguiente link muestra un mapa en vivo de los casos de coronavirus y se actualiza en tiempo real a medida que las agencias de salud globales confirman más casos:

<https://gisanddata.maps.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6>

CNN Minuto a Minuto informando todos los casos a nivel mundial:

<https://cnnespanol.cnn.com/2020/03/11/lo-que-sabemos-de-los-casos-coronavirus-hoy-en-america-latina/>

<https://cnnespanol.cnn.com/2020/03/12/minuto-a-minuto-estados-unidos-establece-restricciones-de-viajes-por-coronavirus/#528570>

Anexo #6 Agenda Ministerial ITB 2020

AGENDA MINISTERIAL ITB 2020 DEL 4 AL 6 DE FEBRERO			
Hora	Miércoles 4	Jueves 5	Viernes 6
10:00:00			
10:30:00			
11:00:00			
11:30:00			
12:00:00			
12:30:00		CATA: Reunión con Tomo Noga Periodista Freelance para Süddeutsche Zeitung, NDR	
13:00:00			
13:30:00			
14:00:00			
14:30:00			CATA: Reunión con Helgard Below Períodista Freelance Stuttgarter Nachrichten
15:00:00		CATA: Reunión con Jiel Tischer Blog Southtraveler	
15:30:00			CATA: Reunión con Elsa Mogollón ECOS
16:00:00	CATA BRINDIS,		
16:30:00	Stand de		
17:00:00	Honduras 204		
17:30:00			
18:00:00			

Anexo #7 Check List de Recepción

CHEEK LIST DE RECEPCIÓN				
CONCEPTO	Item	Descripción	Cantidad	Encargado
ESPACIO	Boceto del diseño solicitado	Boceto del diseño solicitado con características técnicas y sus debidas modificaciones señaladas.	1	Standhaus
	Espacio	Espacio de 30.25 metros cuadrados	1	
GENERALIDADES	Stand	Stand "Custom made" de base de madera plastificada	1	
	Gigantografías backlit		3 unidades	
	Caja de luz backlight	Una caja de luz backlight de 3m x 1m para el suelo	1 caja	
	Pantalla	Una pantalla led de 2.00 x 1.50 m de alto o de 80"	1	
	Área	Un área degustaciones de café	1	
	Conexión eléctrica	El stand incluirá conexión eléctrica y consumo eléctrico para todo el stand		
	Limpieza diaria	Entrada de materiales al centro de convenciones y limpieza diaria		
MOBILIARIO	Mesas redondas	3 mesas redondas de apoyo en el área de expositores	3	
	Sillas	13 sillas para expositores	13	
	Área VIP	Área VIP con mesa de reuniones	1	
	Mostrador	Un mostrador para el área de Roatán de 5.00 m con capacidad para 7 puestos de trabajo que tendrá frente backlite y área de guardado individual para cada expositor	1	

	Área de guardado	Un área de guardado individual para cada expositor en el mostrador de Roatán	7	
	Mostrador Institucional	Un mostrador institucional de información de 1.80 m	1	
	Mostrador de degustación de café	Un mostrador de 1.80 m para degustación de café que incluye estantes interiores y espacio para guardar materiales	1	
	Taburetes altos	Taburetes altos con respaldo	10	
DEPÓSITO	Un depósito	Un depósito de dimensiones de 1.80 m y 2.10 m	1	
	Estantes	Estantes para colocar el material promocional con dispensador de agua caliente/fría y perchero para colgar los abrigos. Servirá de cuarto técnico para las conexiones de la pantalla led y del cuadro eléctrico general.	1	
ESTRUCTURA DE TECHO	Cenefa	Se construirá una cenefa de 5.50 m x 5.50 m de 1.50 de alto con cuadrícula interior de madera teñida y al centro una caja de luz con logo retro iluminado. El exterior de la cenefa será backlight con logos luminosos al frente en sus dos lados de 4.50 m de largo sobre imágenes.	1	

DISEÑO E IDENTIFICACIÓN DE STAND	Rotulación	<p>1.- 2 Uds. rótulo corpóreo retroiluminado HONDURAS de 4.50m de largo sobre cenefa backlight al frente y lateral</p> <p>2.- 1 caja de luz backlight en cuadrícula de techo</p> <p>3.- 2 rótulos backlite ubicados en los mostradores, institucional y de degustaciones con el logo y/o referencia de la marca país "Honduras Somos para ti" en el idioma que corresponda.</p> <p>El diseño del stand llevará en el fondo paredes de base blanca, para que resalten las cajas backlight de madera y sus gráficas.</p> <p>La construcción del stand se deberá adecuar a los requisitos del predio ferial y cumplir con todas las normas de seguridad que este recomiende</p>		
EQUIPOS GRÁFICOS	Wifi	Contratación de 20 conexiones de wifi válidas para todos los días de las ferias	20	
	Equipos gráficos	3 gigantografías backlight en la pared lateral y en la trasera (Una de ellas en curva)	3	
	Gráficas backlite para mostrador	3 gráficas backlite para el mostrador de Roatán, mostrador institucional y mostrador de café.	3	
	Gráficas backlite para suelo	1 grafica backlight para el suelo de 3 m x 1 m	1	
	Gráfica de techo	Gráfica en cuadrícula de techo 2.00 x 2.00 m	1	

PANTALLA DE LED	Pantalla de Led	Pantalla de Led de 2.00 x 1.50 m de alto de 2.99 mm de resolución o en su defecto una pantalla de 80" dependiendo de la disponibilidad y medidas finales del almacén	1	
EQUIPO DE AUDIO	Audio	Equipo de audio con 2 altavoces	2	
	Micrófonos	Pies de micrófonos	1	
	Mesa de sonido	Mesa de sonido incluyendo la conexión de instrumentos más micrófonos	1	
CAJA DE LUZ	Luz	Caja de luz de suelo de 9.00 x 1.00 m de ancho medidas para logotipo de Centro América	1	
CAFETERA PROFESIONAL	Cafetera	Cafetera profesional de dos equipos	2	
		Molinillo para degustación de café	1	
		2,000.00 unidades de vasos desechables	2000	
		Removedores		
		Azucarillos		
		Edulcorantes más herramienta de barista	1	

Anexo #8 Manual de Procesos para Participación en Ferias de Turismo

Manual de Procesos para Participación en Ferias de Turismo

Instituto Hondureño de Turismo

Gerencia de Mercadeo
Unidad de Mercados Internacionales



1

I. Abreviaturas:**UMI:** Unidad de Mercados Internacionales**GM:** Gerencia de Mercadeo**IHT:** Instituto Hondureño de Turismo**VB:** Visto Bueno**CNT:** Consejo Nacional de Turismo**B2B:** Business to Business**B2C:** Business to Consumer**C2C:** Consumer to Consumer**CATA:** Central America Tourism Agency

II. INDICE

I. Abreviaturas:	1
II. INDICE	2
Capítulo 1	4
1.1 Generalidades	4
Capítulo 2	9
2.1 DOCUMENTOS ADMINISTRATIVOS	9
2.1.1 Documentos para solicitar una compra o contratación	9
2.1.1.1 Solicitud de compra	9
2.2 CÓMO REDACTAR DOCUMENTACIÓN	11
2.2.1 Informe técnico	11
2.2.2 Memorándum	11
2.2.3 Oficios	12
2.2.4 Actas de consejos	12
2.2.5 Briefing Book	12
2.3 ESTRUCTURA DE BRIEFING BOOK	13
2.3.1 Datos generales	14
2.3.2 Información General	14
2.3.3 Información contactos	15
2.3.4 Registro de inscripción	15
2.3.5 Cita Programadas	16
2.3.6 Programa de Feria	18
2.3.7 Nota de prensa	18
2.3.8 Diseño e imagen	18
2.3.9 Checklist de recepción	19
2.3.10 Empresas participantes	19
2.3.11 Datos importantes	20
2.3.11.1 Información de País	20
2.3.11.2 Recinto ferial	21
2.3.11.3 Qué hacer en el destino	21
2.3.11.4 Anexos	22
2.4 FEEDBACK DE LA FERIA	23

3

2.5 FECHAS DE ANTELACIÓN	23
Capítulo 3	24
3.1 CAPACITACIÓN DEL MANUAL	24
3.1.1 Día de capacitación	24

Capítulo 1

1.1 Generalidades

El Manual de Procesos y Procedimientos para las ruedas de Negocios internacionales funge como guía de apoyo para la UMI en mantener un orden en la preparación de la documentación necesaria para trámites administrativos, consejos de redacción para informes técnicos, preparación de agendas y creación del briefing book con un enfoque general de las Ruedas de negocios, sujeto a cambio en cada feria distinta, pero funciona de marco para guiar al nuevo integrante en el departamento.

Este Manual va dirigido al Oficial de UMI, Coordinador de Rueda UMI, Jefe de Unidad de UMI y a Gerencia de Mercadeo.

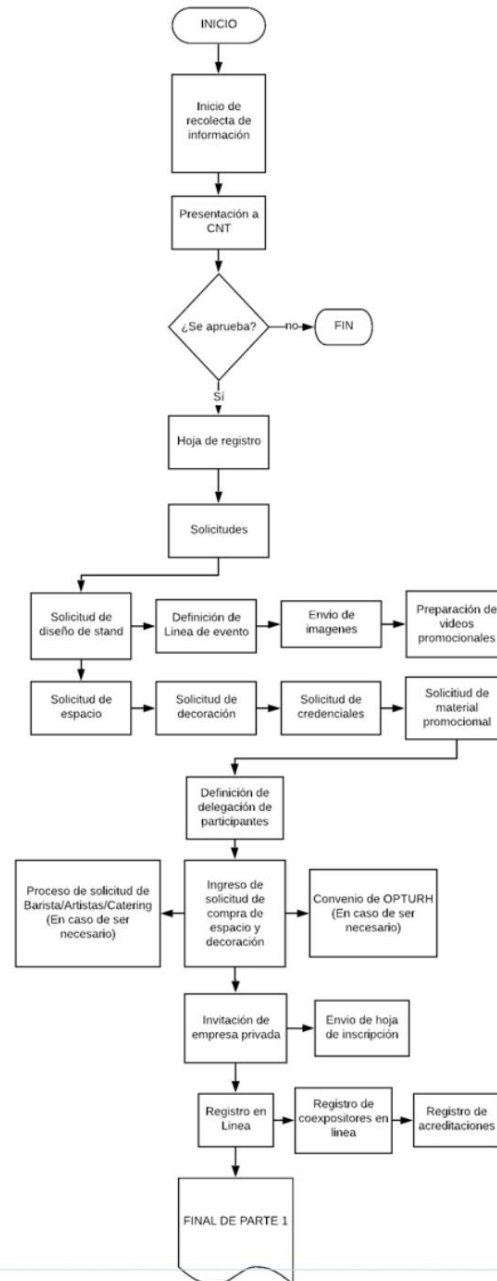
En el manual se describe el proceso que deberá seguir la Unidad para la realización de una feria, escrito de un punto de vista general de ferias, ya que dependiendo de la feria pueden ser agregados o quitados ciertos procesos, pero su estructura básica se conforma por las mencionadas en este manual. Se inicia con un flujograma básico de las tres etapas de una feria. Denominadas en este documento de la siguiente forma:

- Pre-feria
- Feria
- Post-feria

A continuación, se muestra un diagrama de flujo del proceso de una rueda de negocio divididas en sus etapas:

5

Gráfico 1.1.1 Proceso Previo a la realización de la rueda de negocios:



Fuente: UM
Elaboración: Autor

6

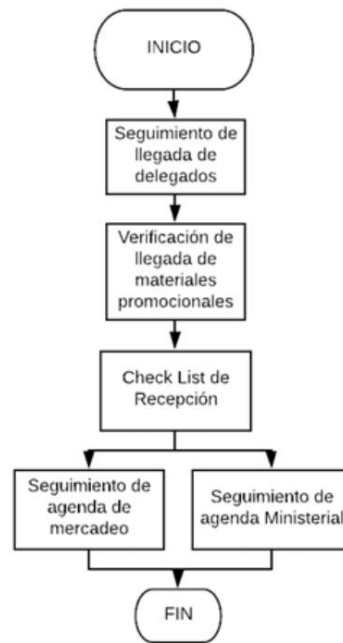
Gráfico 1.1.2 Proceso Previo a la realización de rueda de negocios Parte 2:



Fuente: UM
Elaboración: Autor

7

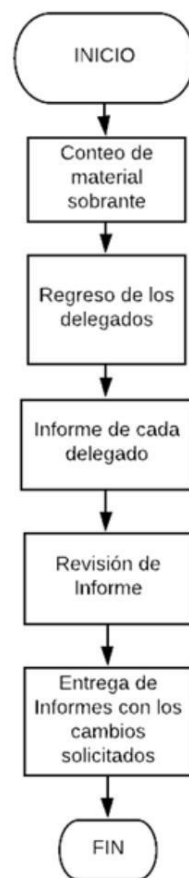
Gráfico 1.1.3 Proceso Feria Realización de la rueda de negocios:



Fuente: UM
Elaboración: Autor

8

Gráfico 1.1.4 Proceso Post-Feria de la rueda de negocios:



Fuente: UM
Elaboración: Autor

Capítulo 2

2.1 DOCUMENTOS ADMINISTRATIVOS

La preparación de los documentos administrativos con el debido tiempo de antelación genera mayor éxito en el trabajo del colaborador, la presente parte es un breve resumen mencionado algunas partes importantes a tomar en cuenta. La documentación varía dependiendo de la etapa de la feria estando en pre-feria, el momento de la feria y post-feria. Para mayor guía abocarse a la *“Guía de Documentos Soporte para Trámites Administrativos”* de la Gerencia de Finanzas y Administración.

2.1.1 Documentos para solicitar una compra o contratación

2.1.1.1 Solicitud de compra

Las solicitudes de compra se realizan por medio de una documentación que su orden varía dependiendo del documento que se solicita y la feria que se esté realizando. El proceso de Solicitud de espacio y decoración no difiere mucho con los otros procesos administrativos, en ambos es necesaria aprobaciones de jefe de unidad y gerencia al finalizar el documento.

En la práctica suele ser necesario los siguientes pasos a continuación descritos en un breve cuadro que facilita la visualización de qué documentación es necesaria:

10

Solicitudes de compra		
Solicitud de espacio	Solicitud de decoración	Compra de boleto aereo
Presupuesto	Información General	Memorando de Autorización
Certificación de consejo	Certificación de Consejo	Acuerdo de viaje y Solicitud de autorización
Hoja de registro	Informe Técnico	Copia de documento de identificación Personal
Información General	Carta de Exclusividad	Información del evento
Información de Contactos	Información de Contactos	Agenda de trabajo
Informe Técnico	Floorplan con visto Bueno	Copia del contrato (Si aplica)
Carta de exclusividad	Listado de requerimientos	Certificación de Punto de Acta constatando la autorización por parte del Consejo Nacional de Turismo
Floorplan con visto Bueno	Acta de Compromiso	
Acta de Compromiso	Diseño e imágenes aprobadas	

Compra de Materiales Promocionales
Diseño Final del material impreso en alta calidad

Servicio de catering
Información del evento
Convocatoria
Listado de participantes

Mencionando otros gastos como ser la solicitud de viáticos su proceso es el siguiente:

Solicitud de Viaticos
Solicitud de gastos de viaje firmada con VB de Jefe de Unidad
Recibo Original firmado por el solicitante de viaje
Copia de identidad
Constancia de registro de SIAFI
Copia de contrato
Información del evento

Para más información de los Documentos para justificar la formalización de una compra o contratación, documento para justificar el trámite de pago, y documentos para justificar la liquidación de fondos otorgados referirse a la *“Guía de documentos de soporte para trámites administrativos”*

2.2 CÓMO REDACTAR DOCUMENTACIÓN

En la confección de documentos que usualmente debe prepararse para efectivizar los procesos conducentes a lograr los propósitos administrativos debe darse estricta observancia a las prácticas generalmente aceptadas para la redacción de documentos como informes técnicos, Memorándum, oficios, actas de consejo, briefing books para que se ajusten al estándar que la comunidad administrativa imprime a la tramitología.

2.2.1 Informe técnico

Debe estar estructurado de manera que exponga la información importante del evento, mencionando fechas que se realizará, estadísticas de años anteriores (En caso de ser necesario), firma de solicitante y Jefe de unidad. La estructura varía dependiendo de la información de cada feria, pero no debe ser un documento demasiado extenso, solo tiene que ser incluido la información más importante.

2.2.2 Memorándum

El documento de memorando normalmente suele ir como aprobación de compra de boleto, no obstante, otro departamento o feria suele pedir para un proceso distinto un memorando. En caso de requerir un memorándum de aprobación deberá ser redactado de forma legible y directa, con los puntos que explique las razones de la solicitud. Deberá incluir cada una de las personas involucradas en el proceso, así mismo como sus firmas de aprobación del memo.

12

2.2.3 Oficios

En ciertas ocasiones hay ferias que van a requerir oficios que vienen de parte de Gerencia de Mercadeo o Presidencia. Dicha documentación deberá exponer las razones del oficio, hablar en tercera persona y ser redactado de forma simple para ser asimilada debidamente.

2.2.4 Actas de consejos

Algunas ferias deberán llevar la aprobación de Acta de Consejo Nacional de Turismo, sea para aprobar algún viático, solicitud de compra, etc. El acta fungirá a otras Gerencias como el visto bueno para proceder a sus procesos internos para la solicitud debida. Debe incluir la información suficiente para que un receptor cualificado pueda aprobar el proceso. Las Actas son estrictamente realizadas por consejo pero se puede realizar una breve revisión en caso de algo ser omitido .

2.2.5 Briefing Book

Documento con la información más pertinente de la feria, deberá ser personalizado por cada delegado que participa en la feria incorporando su itinerario de vuelo, boleto de entrada al evento (Badget), reserva de hotel. En ocasiones para delegados especiales como ser miembros de Presidencia Ejecutiva, Gerentes, Subgerentes o Jefes de Unidad deberán llevar otra documentación especial que ellos mismos podrían indicar o en ocasiones sugerir quitar alguna información que no le sea de relevancia para la persona.

2.3 ESTRUCTURA DE BRIEFING BOOK

El briefing book trata de un documento con la información más pertinente de cada feria, dicho documento debe llevar información básica del país, los contactos más importantes del evento, registro de inscripción de tanto el IHT como el del delegado y su debido boleto de entrada al evento, mapa, boleto aéreo, restaurantes cercanos, el programa de la feria, nota de prensa, las citas que tendrá en caso de ser delegado de GM la agenda de mercadeo y en caso de ser delegado de Presidencia Ejecutiva la agenda ministerial. También deberá llevar incorporado el check list de recepción para verificar que el diseño del Stand con sus debidas imágenes fue realizado de la manera acordada. No obstante, la información de cada briefing book varía dependiendo de cada delegado. En ocasiones para delegados especiales como ser miembros de Presidencia Ejecutiva, Gerentes, Subgerentes o Jefes de Unidad deberán llevar otra documentación especial que ellos mismos podrían indicar o en ocasiones sugerir quitar alguna información que no le sea de relevancia para la persona.

Una vez realizado el briefing book para cada uno de los miembros delegados se deberá imprimir a colores en papel carta, luego ser debidamente empastado y entregado; todo esto antes de salir el primer miembro de la delegación del país. También por cualquier emergencia es aconsejable brindar una copia en línea.

14

Una buena estructura con la información más adecuada ayuda a tener un mejor briefing book estructurado como el siguiente:

2.3.1 Datos generales



Perfil de expositor



Perfil de los asistentes a la feria.

La GM debe conocer el perfil de los asistentes a la feria y el perfil de los expositores para de esta forma analizar el mercado meta que se podrá llegar y los beneficios que traerá consigo mismo la participación en el evento.

2.3.2 Información General

La información general del evento que puede guiar a los asistentes a verificar un debido cumplimiento de los demás participantes de la rueda de negocio. Aquí es donde se incorpora el manual de expositores de parte de la empresa organizadora del evento y sus políticas que se deben seguir para tener una participación correcta.



Políticas



Manual de expositores

2.3.3 Información contactos



Recinto Ferial



Empresa Constructora



Ejecutiva local

Se redacta la Información General de los Organizadores del evento por cualquier eventualidad, la información del Recinto que tendrá la Feria y el contacto de la Ejecutiva Local para organizar últimos detalles o consultas. También ira incluida la información General de la Empresa Constructora y sus contactos para cualquier cambio que deba ser necesario o situación que acontezca.

2.3.4 Registro de inscripción



Registro de inscripción

El personal delegado con su debida asignación de briefing book debe llevar los debidos registros de inscripción del stand de Honduras, el espacio, las empresas participantes y su misma propia documentación de inscripción al evento. Esto ayuda a prevenir cualquier situación en la cual no se permita el ingreso de cierto personal, funge como documento para constatar la realización correcta de la inscripción y así proceder a su debido reclamo y arreglo de la situación.

16

2.3.5 Cita Programadas



La Unidad debe trabajar con el debido tiempo la preparación de la agenda de citas que desea tener. Cada cita debe ser aprobada por el Jefe de Unidad y la GM, con los debidos objetivos de porqué se debería tener una reunión con la empresa propuesta. De esta forma se organiza mejor las propuestas de Marketing que recibe el instituto y se puede visualizar si ayudan a alcanzar los objetivos que tiene la Gerencia de Mercadeo.

Dependiendo que tipo de feria sea las reuniones pueden ser con el objetivo B2B, B2C o C2C. Abiertas al público o cerradas a un mercado más exclusivo o solo a nivel de instituciones de estado que representen al turismo. La agenda ministerial en muchas ocasiones es realizada por Presidencia Ejecutiva, al tener que mantener orden con las reuniones solicitadas a nivel ministeriales o con CATA, en caso de ocupar ayuda ellos le solicitan a GM. Si la solicitud procede se debe organizar con Presidencia Ejecutiva y con Gerencia de Gestión Institucional y Relaciones Internacionales la entrada y organización de citas.

17

Ejemplo de agendas:

Agenda de citas Ejemplo					
Inicio	Fin	Stand	Hall	representan	Empresa
10:00	10:15				
10:15	10:30				
10:30	10:45				
10:45	11:00				
11:00	11:15				
11:15	11:30				
11:30	11:45				
11:45	12:00				
12:00	12:15				
12:15	12:30				
12:30	12:45				
12:45	13:00				
13:00	13:15				

AGENDA EJEMPLO			
Hora	Fecha	Fecha	Fecha
10:00:00			
10:30:00		Reunión con "Ejemplo" en el stand de Honduras	
11:00:00			
11:30:00			
12:00:00			
12:30:00			
13:00:00			
13:30:00			
14:00:00			
14:30:00			
15:00:00			
15:30:00			
16:00:00			
16:30:00			
17:00:00			
17:30:00			
18:00:00			

2.3.6 Programa de Feria

El Programa de la Feria queda sujeto de ser incorporado o no a cada delegado. Algunos programas son directamente para los visitantes externos a la rueda de negocio y otros son programas especiales para organizadores. También depende del cargo del delegado participante y sus debidas responsabilidades dentro del evento.

2.3.7 Nota de prensa

La nota de prensa es un documento realizado por parte del Departamento de Comunicaciones y debe ser preparado mínimo con dos semanas de antelación; en el cual los temas de hablar serán elegidos por parte del Ministro/Ministra o en su caso un delegado de Presidencia Ejecutiva. Su aprobación va por parte de PE y la Gerencia de Relaciones Internacionales.

2.3.8 Diseño e imagen



Imágenes



Dimensiones

Se incluyen las imágenes finales aprobadas y seleccionadas para el diseño del stand, con su debida ubicación señalada. El diseño del stand debe ser el última aprobado con VB de parte del coordinador u oficial de UMI, Jefe de Unidad y parte de la GM. También se deben mencionar las dimensiones que debe tener. Esto sirve para ayudar a tener una imagen cuando se revise el check list de recepción.

2.3.9 Checklist de recepción

Checklist de recepción es una lista mencionando cada uno de los materiales con sus debidas cantidades y descripciones que deben encontrarse dentro del stand. Sirve para el delegado como documento de verificación de que todo esté correcto en el stand.

- El apartado de concepto varía dependiendo de las partes que tenga el stand, pero se llena con el título de la parte que se esté describiendo en el momento.
- Ítem describe la parte que se está hablando en el concepto
- La descripción y cantidad menciona todos los elementos que deberá constar el concepto mencionado, así mismo con cuantas unidades tiene que tener.

<i>Concepto</i>	<i>Item</i>	<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>
<i>Generalidades</i>			
<i>Mobiliario</i>			
<i>Deposito</i>			
<i>Diseño</i>			

2.3.10 Empresas participantes

Listado de cada una de las empresas privadas que tendrán participación en la feria, con sus contactos, nombre de empresa y rubro. También se puede incluir aquí un apartado del perfil de empresas que tendrán cita en una reunión ministerial o de mercadeo, pero queda sujeto a cada feria y la cantidad de empresas involucradas.

2.3.11 Datos importantes

Parte del briefing book donde se recopila datos que facilitaran al delegado a saber cómo movilizarse, que moneda llevar, ubicación de los destinos importantes, su itinerario de viaje.

2.3.11.1 Información de País

Los delegados necesitan saber información básica del país para facilitarles su movilización y estadía en los días de la feria. Dicha razón da importancia en este apartado del briefing book en incorporar los siguientes datos:



También es importante resaltar en un mapa (Del punto de salida al destino) con la ubicación de los siguientes lugares:



Señalar el hotel que se va a hospedar el delegado generará ayuda en caso de no contar con acceso a internet. También el itinerario de viaje que tendrá el individuo para no perder ninguna

21

escala y agilizar proceso de abordaje. Un apartado importante es mencionar los medios de transporte que dispone la ciudad, con sus debidos horarios de atención, rutas de movilización, precio que conlleva. La opción de Uber es sólida, pero tener como contactar con medios de transporte locales públicos puede generar ahorros económicos.

2.3.11.2 Recinto ferial



Ubicación



Floor plan

Se señala en el mapa la ubicación que tendrá el recinto ferial y como llegar a él desde el hotel del delegado. Para calcular tiempos y el medio de transporte que utilizará para movilizarse. Se crea asimismo un apartado para Floor Plan donde se muestran los planos del recinto ferial, señalando el lugar donde sería el espacio y el stand que debería de tener el país.

2.3.11.3 Qué hacer en el destino

Es una parte opcional al juicio del organizador del briefing book de que tan necesario pueda ser para el delegado. Al tener una agenda establecida el tiempo es corto, pero para reconfortar la estadía del delegado es bueno dar varias opciones de Hoteles en caso de que la reserva tenga un imprevisto. Los Restaurantes más cercanos con sus números de teléfonos ayuda a dar variedad de que poder alimentarse. Y si hay tiempo libre, los Museos o algún Destinos Turístico funciona como buenos lugares para usar de manera adecuada el tiempo de ocio, pero queda a criterio del delegado.

22



Hotel



Restaurantes



Destinos Turísticos



Museos

2.3.11.4 Anexos

Segmento del documento que se incorporan imágenes extra que sirvan de soporte para guiar a los participantes del evento. Pueden ser copias de trámites, reservaciones o facturas de compra de los materiales promocionales que llevan los delegados, badges, cotizaciones para alquiler de vehículo etc.

2.4 FEEDBACK DE LA FERIA

Al finalizar la feria es muy importante recibir el feedback y medir si se logró cumplir los objetivos con la participación en la mismas. Una buena forma de ello es por medio del feedback del colaborador, que se realiza apenas termine la feria y/o cuando cada delegado regresa debidamente al país. Existen muchas herramientas que sirven para ello, una opción es por medio de encuestas realizadas en la feria, otros informes que deberán presentar cada uno de los delegados dando su feedback de la feria. Mencionando en el su participación, datos importantes, si se cumplieron los objetivos de la participación en la feria, que actividades se realizaron de manera exitosa y que puntos de mejora se deberían de realizar. Así mismo si existieron inconvenientes o dificultades con un proceso o etapa de la feria. Esto ayudará a la UMI a tener diversos puntos de vistas que podrían generar mejora en la participación de las ferias a futuro.

2.5 FECHAS DE ANTELACIÓN

Es importante preparar la documentación requerida para cada feria con el debido tiempo de antelación. Esto agiliza los procesos administrativos que se realizan por cada una de las ferias y brindaría un marco de tiempo extra por cualquier situación que ocurra en la cual se atrase un documento, un visto bueno tarde o se requiera algún cambio.

Ruedas de negocios			
	Pais del evento	Tiempo requerido para la preparación del evento	Mes de celebración del evento
FITUR	Madrid, España	9 meses previo (Marzo/Abril)	Enero
BOOT DÜSSELDORF	Düsseldorf, Alemania	4 meses previo (Septiembre/Octubre)	Enero
IMTM	Tel Aviv, Israel	10 meses previo (Abril/Mayo)	Febrero
ANATO	Bogotá, Colombia	5 meses previo (Septiembre/Octubre)	Febrero
ITB	Berlin, Alemania	7 meses previo (Agosto/Septiembre)	Marzo
BIRDFAIR	Rutland, Inglaterra	6 meses previo (Febrero/Marzo)	Ago sto
WTM	Londres, Inglaterra	7 meses previo (Abril/Mayo)	Noviembre

Capítulo 3

3.1 CAPACITACIÓN DEL MANUAL

3.1.1 Día de capacitación

Se organizaría un día una capacitación del manual, explicando las 3 etapas que lleva una feria y luego analizando a profundidad el manual. Sus etapas de análisis serían:

- Documentos Administrativos y como redactar documentación (1 hora)
- Estructura del Briefing book (30 Minutos)
- Feedback de la feria (15 Minutos)
- Fechas de antelación. (15 Minutos)

Al finalizar la capacitación se realizaría una prueba en línea de 15 minutos, para medir el impacto de aprendizaje de los socios involucrados. De esta forma se ayuda a que cada miembro de la UMI conozca los procesos y procedimientos que lleva la realización de una feria, así mismo pueda ayudar en caso de un fallo o que un proceso tenga un inconveniente.

Al finalizar cada participante recibirá un documento original y una copia online, recibiendo documentación el asistente de unidad, Oficial de Rueda, Coordinador de Rueda, Jefe de Unidad UMI, Subgerencia y Gerencia de Mercadeo. También se le brindarán dos a Recursos humanos, uno para archivo y otro para ser utilizado en capacitaciones a nuevo personal.