

El perfil profesional del organizador de eventos como profesional de la Licenciatura en Comunicación

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
División Académica de Educación y Artes (DAEA)
C. Keisy Iranmi Perera Robles
Dra. Jannet Rodríguez Ruiz

ABSTRACT: *Research on the profile of event organizers in the context of university graduates is scarce, especially with regard to graduates of the Bachelor's Degree in Communication. This research allowed us to know the skills, aptitudes and knowledge acquired by graduates of a Public Higher Education Institution in the state of Tabasco with the objective of demonstrating the functionality of this profile in the face of competition from areas such as protocol, public relations, marketing and tourism, which also aspire to cover event organization. Despite the growing increase in labor demand for this profile in event organization, the university offer is still insufficient.*

Keywords: *Graduates, Professional profile, event organizer, quality, Communication*

Resumen: *La investigación sobre el perfil de los organizadores de eventos en el contexto de egresados universitarios es escasa, especialmente en lo que respecta a los graduados de la Licenciatura en Comunicación. Esta investigación permitió conocer las habilidades, aptitudes y conocimientos adquiridos por los egresados de una Institución de Educación Superior Pública del estado de Tabasco con el objetivo de demostrar la funcionalidad de este perfil ante la competencia de áreas como protocolo, relaciones públicas, marketing y turismo, que también aspiran a abarcar la organización de eventos. A pesar del creciente aumento en la demanda laboral de este perfil en la organización de eventos, la oferta universitaria es aún insuficiente.*

Palabras Clave: *Egresados, Perfil profesional, organizador de eventos, calidad, Comunicación.*

Date of Submission: 07-01-2025

Date of acceptance: 19-01-2025

I. INTRODUCTION

El campo laboral como organizador de eventos para los egresados en Comunicación es abundante por lo que la investigación científica centrada en este sector es escasa (Campos y Lafuente, 2013; Capriotti, 2007). Por esta razón, se decidió estudiar el perfil del organizador de eventos egresado de la Licenciatura en comunicación de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT). La investigación también permitió comprender cómo estos egresados enfrentan la competencia de otras disciplinas relacionadas con la organización de eventos, tales como protocolo, relaciones públicas, marketing y turismo. Este trabajo tiene como objetivo ser un aporte para los comunicadores que desean organizar eventos exitosos, respondiendo así a las necesidades del cliente.

La calidad en el servicio se ha reconocido como un factor esencial para el éxito de las operaciones de un evento, influyendo en la satisfacción del cliente (Getz, 1990; Watt, 1998; Masterman, 2004). Esta investigación demuestra la importancia de los eventos como herramientas de comunicación en las organizaciones, proporcionando una guía para su planificación, organización y ejecución.

El perfil del organizador de eventos no solo implica la logística de las actividades, sino también la capacidad de adaptar los mensajes a diversas audiencias y gestionar las relaciones públicas, lo cual se convierte en un activo esencial para garantizar el éxito de cualquier evento.

II. METHODOLOGY

El enfoque de la investigación fue cualitativo, mediante entrevistas que buscaban obtener una visión general de los aprendizajes adquiridos por los egresados de la Licenciatura en Comunicación de la UJAT. La investigación se desarrolló a través de una metodología de entrevista semiestructurada, que consistió en 17 preguntas abiertas. Esta metodología permitió una recolección de datos más personalizada, enfocándose en conocer las experiencias laborales de los egresados en la organización de eventos y el uso de sus habilidades comunicativas. La investigación fue de tipo “no experimental” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010), y se utilizó un muestreo de bola de nieve debido a la dificultad para localizar a los participantes.

III. DISCUSSION

La Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) es una institución pública mexicana que se distingue por su oferta educativa a nivel superior en diversas áreas del conocimiento, incluida la Licenciatura en Comunicación. En los últimos años, la UJAT ha llevado a cabo reestructuraciones en sus programas académicos para adaptarse a las necesidades del mercado laboral y a las exigencias de la sociedad contemporánea (Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, 2020).

En este contexto, la reestructuración de la Licenciatura en Comunicación se ha centrado en fortalecer el perfil profesional de los egresados, incorporando nuevas herramientas y habilidades que les permitan desempeñarse de manera competente en el ámbito de la comunicación. Se busca que los estudiantes no solo adquieran conocimientos teóricos, sino también habilidades prácticas en áreas como la producción de contenidos, la gestión de la información, la publicidad y las relaciones públicas, con un énfasis en la integración de nuevas tecnologías y los cambios en los medios de comunicación.

El perfil de egreso de la Licenciatura en Comunicación de la UJAT establece que el graduado será capaz de:

1. Desarrollar y gestionar proyectos de comunicación, tanto en medios tradicionales como digitales.
2. Elaborar y difundir contenidos informativos, publicitarios y educativos adecuados a diversos públicos y plataformas.
3. Aplicar estrategias de comunicación en la resolución de problemas de comunicación organizacional, política, social y empresarial.
4. Trabajar en equipo, liderar proyectos de comunicación y realizar investigaciones sobre los procesos comunicativos (Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, 2020).
5. Estar preparado para la adaptación y aprendizaje continuo frente a los cambios tecnológicos y las nuevas tendencias en comunicación.

Para alcanzar estos objetivos, los estudiantes reciben formación en competencias instrumentales, interpersonales y en sistemas, las cuales son fundamentales para su desempeño profesional.

- 1. Competencias Instrumentales:** Se refieren a la capacidad del egresado para usar herramientas y recursos técnicos, como software de diseño gráfico, edición de video, herramientas de gestión de contenido y plataformas digitales. Esto le permite producir, administrar y distribuir contenido en diversos medios (Rodríguez, 2017).
- 2. Competencias Interpersonales:** Estas competencias incluyen la habilidad para trabajar en equipo, establecer relaciones de confianza, negociar y resolver conflictos. Es fundamental para el desempeño en entornos colaborativos dentro de las organizaciones, especialmente en el campo de la comunicación (Rodríguez, 2017).
- 3. Competencias en Sistemas:** Son las competencias relacionadas con la capacidad para manejar, analizar y aplicar tecnologías de la información, sistemas de comunicación y redes sociales. En el caso de la Licenciatura en Comunicación, esto implica el manejo de plataformas digitales y la creación de estrategias de comunicación online (Rodríguez, 2017).

La organización de eventos en el ámbito de la comunicación es una disciplina clave que implica la planificación, coordinación y ejecución de actividades, tanto en el contexto local como internacional. Los eventos pueden ser corporativos, sociales, académicos o de entretenimiento, y requieren una adecuada gestión para garantizar su éxito (Martínez & Gómez, 2018).

Esta actividad debe considerar la calidad en el servicio dado que en la actualidad es importante conocer la satisfacción de los clientes que solicitan la organización de un evento al concluirlo, para que a su vez apoyen la difusión del prestador de servicios organizacionales y estos puedan tener más clientes a partir del cumplimiento del servicio prestado. Estas competencias se encuentran implícitas en la formación del estudiante en comunicación y que al egreso les permite desarrollar las actividades propias de las definiciones siguientes:

- 1. Calidad y servicio:** El concepto de calidad en la organización de eventos se refiere a la capacidad de ofrecer un servicio que cumpla con las expectativas de los participantes y clientes. Esto incluye una planificación detallada, la atención a los detalles, la puntualidad, y la satisfacción de los asistentes. El servicio se refiere a la atención al cliente, la gestión efectiva del tiempo, y la resolución de cualquier inconveniente que pueda surgir durante el evento (Martínez & Gómez, 2018).
- 2. Internacionalización en la organización de eventos:** Implica la capacidad de gestionar eventos que trascienden fronteras, involucrando diversos actores internacionales. La internacionalización de los eventos

requiere de una comprensión profunda de diversas culturas, idiomas, normativas y tendencias globales para asegurar que el evento sea relevante y adecuado a un público diverso. (Martínez & Gómez, 2018).

IV. FINDINGS

Los resultados obtenidos a partir de las entrevistas con los 3 egresados de la Licenciatura en Comunicación de la UJAT permitieron entender cómo perciben su perfil profesional y las habilidades claves necesarias para gestionar eventos. Los participantes señalaron que su trabajo incluía la contratación de proveedores la elaboración de invitaciones, la creación de contenido, la gestión de la lista de invitados y la organización de los espacios para los eventos. Además, destacaron la importancia de la evaluación posterior al evento, la cual les ayudaba a mejorar en sus futuras organizaciones.

Durante la práctica profesional, los egresados desarrollaron diversas competencias como el manejo de herramientas de comunicación, trabajo en equipo, la autonomía en la ejecución de actividades y el emprendimiento. Sin embargo, algunos señalaron que la formación universitaria no es suficiente para enfrentar los desafíos de la organización de eventos, un campo que requiere trabajar bajo presión y manejar el estrés laboral (campos, 2016; Bermejo-Casado et al., 2017).

Como resultado de las respuestas de los entrevistados se puede interpretar lo siguiente:

- Comunicación efectiva: los egresados destacaron la importancia de la capacidad para adaptar y transmitir mensajes adecuados a diferentes audiencias, lo cual es fundamental en la organización de eventos.
- Trabajo en equipo: la colaboración con otros profesionales y la gestión de equipos multidisciplinarios se mencionó como un aspecto clave en el éxito de la organización de eventos.
- Manejo de relaciones públicas: la capacidad para establecer relaciones duraderas con proveedores y clientes puede destacada como una competencia esencial para el desarrollo de un negocio propio en la organización de eventos.
- Gestión estratégica: la planificación y ejecución de eventos requiere una organización integral que abarque desde la concentración de proveedores hasta la evaluación post-evento, que pueda medir la calidad del servicio.
- Adaptación tecnológica: el uso de plataformas digitales y redes sociales es una competencia fundamental para la promoción de eventos, lo que subraya la necesidad de integrar la formación digital en los programas de estudio de la licenciatura en comunicación, dado que en su estancia académica les resultó insuficiente este aprendizaje, y que lo obtuvieron en la práctica profesional.

Se concluyó que organizar eventos requiere de planificación estratégica y una organización adecuada, así como de una comunicación efectiva entre el servicio y el cliente. Los organizadores de evento deben ser capaces de gestionar todas las áreas involucradas y, al mismo tiempo, manejar el impacto mediático de sus actividades. A pesar de las dificultades, esta profesión está cada vez más conectada con su identidad, lo que permite a los egresados destacar y adaptarse al entorno laboral actual.

Por tanto, se puede decir que los egresados que estudiaron el programa de Licenciatura en Comunicación que oferta la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco cuentan con el perfil profesional de la carrera denominados como instrumentales, interpersonales y sistémicas tal como lo establece el Plan de Estudios 2017.

A partir de los resultados de las entrevistas, se observó que los egresados percibían como fundamentales los conocimientos técnicos y estratégicos adquiridos durante su formación académica. Estos conocimientos les permitieron desarrollar habilidades prácticas esenciales para la organización de eventos, como la capacidad de gestionar relaciones con proveedores y cliente, el uso adecuado de plataformas digitales para la promoción de sus servicios. No obstante, los entrevistados sugirieron que los planes de estudios deberían incluir más formación práctica, con un enfoque en las nuevas tecnologías y la creatividad.

Además, la capacidad para crear redes de contacto y establecer relaciones interpersonales sólida fue destacada como un factor determinante para el éxito en la organización de eventos. La comunicación digital también se reconoció como una habilidad cada vez más relevante, pero se subrayó la necesidad de que los egresados se adaptaran mejor a este entorno digital.

V. CONCLUSION

el análisis de los perfiles de los organizadores de eventos muestra que este campo requiere un conjunto integral de habilidades técnicas y comunicativas, además de conocimientos en el marketing. La formación en comunicación ofrece una base sólida, pero debe de ser constantemente actualizada para abordar los campos tecnológicos y digitales que afectan al sector. Los egresados deben ser capaces de combinar creatividad con una comprensión sólida de las relaciones interpersonales y la comunicación eficaz para tener éxito en la organización

de eventos. La mejora de los planes de estudio, especialmente con un enfoque más práctico y adaptado a las nuevas demandas del mercado, es esencial para preparar a los futuros profesionales en este campo dinámico.

REFERENCES

- [1]. Campos, A., & Lafuente, P. (2013). La organización de eventos como una actividad profesional: Un estudio sobre las oportunidades laborales para los comunicadores. Editorial Profesional. Campos, A., & Lafuente, P. (2013). La organización de eventos como una actividad profesional: Un estudio sobre las oportunidades laborales para los comunicadores. Editorial Profesional.
- [2]. Getz, D. (1990). Planificación y gestión de eventos: Un manual práctico para los organizadores de eventos. Van Nostrand Reinhold.
- [3]. Watt, D. (1998). Gestión de la calidad en la planificación de eventos. *Revista de Gestión de Eventos*, 12(3), 45-56.
- [4]. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación (5ª ed.). McGraw-Hill.
- [5]. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. (2020). Plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación. Recuperado de <https://www.ujat.mx>.
- [6]. Rodríguez, P. (2017). Competencias en la Licenciatura en Comunicación: Instrumentales, interpersonales y sistemas. Ediciones Académicas.
- [7]. Martínez, A., & Gómez, R. (2018). La organización de eventos y su impacto en la comunicación estratégica. Editorial Comunicación y Marketing.
- [8]. Diseños de investigaciones con enfoque cuantitativo de tipo no (n.d.). Retrieved from <https://investigaliacr.com/investigacion/disenos-de-investigaciones-con-enfoque-cuantitativo-de-tipo-no-experimental/>