

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



**EXPERIENCIA EN EL DEPARTAMENTO DE
PROMOCIÓN Y CONCURSOS DE LA
ASOCIACIÓN NACIONAL DE CRIADORES Y
PROPIETARIOS DE CABALLOS PERUANOS
DE PASO**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Veronica Olivia Canelo Marruffo

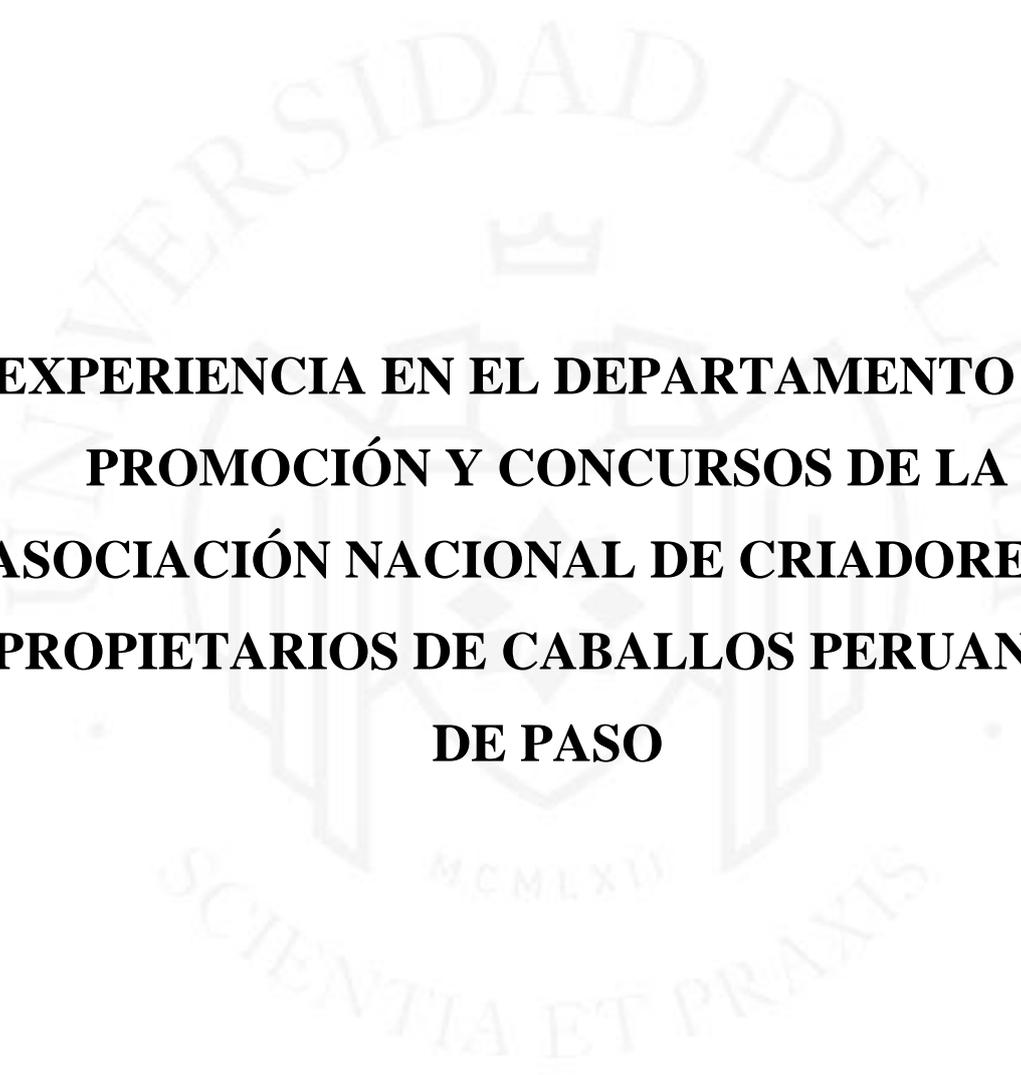
Código 19890125

Asesor

Pedro Genaro Ledesma Raraz

Lima – Perú
Noviembre 2023





**EXPERIENCIA EN EL DEPARTAMENTO DE
PROMOCIÓN Y CONCURSOS DE LA
ASOCIACIÓN NACIONAL DE CRIADORES Y
PROPIETARIOS DE CABALLOS PERUANOS
DE PASO**

ÍNDICE

RESUMEN	5
ABSTRACT	6
INTRODUCCIÓN	7
1. EXPERIENCIA PROFESIONAL	9
1.1 Asociación Nacional de Criadores y Propietarios de Caballos Peruanos de Paso – ANCPCPP.....	9
1.2 Filtros LYS S.A.	13
2. COMPETENCIAS PROFESIONALES	15
2.1 Catálogo del Concurso Nacional.....	15
2.1.1 Objetivo.....	15
2.1.2 Descripción del caso.....	15
2.1.3 Resultados obtenidos.....	16
2.1.4 Materiales producidos.....	17
2.2 Anuario del Concurso Nacional.....	17
2.2.1 Objetivo.....	18
2.2.2 Descripción del caso.....	18
2.2.3 Resultados obtenidos.....	19
2.2.4 Materiales producidos.....	19
3. REFLEXIONES PROFESIONALES	20
REFERENCIAS	21
ANEXOS	22

RESUMEN

El presente trabajo de suficiencia profesional resume mi experiencia laboral en la Asociación Nacional de Criadores y Propietarios de Caballos Peruanos de Paso y se centra en la descripción, análisis y reflexión de mi labor como encargada del área de Promoción y Concursos. En todo ese tiempo he podido gestionar diferentes eventos que han promocionado la raza caballar propia del Perú, principalmente la realización integral de concursos de caballos peruanos de paso. El trabajo demandaba rapidez porque se preparaba mucha correspondencia y de forma masiva, desde cartas, invitaciones, programas, etc. y en ese entonces los documentos escritos los enviaba a cada destinatario de manera física a través del courier y/o del servicio postal. No existían las aplicaciones de ahora que agilizan las comunicaciones. De igual forma, las llamadas telefónicas se realizaban a través de la telefonía fija. En el camino fueron aparecieron el correo electrónico (con ciertas limitaciones al que usamos hoy en día) y los aparatos celulares, lo que desplazó por completo el uso del Courier y el servicio postal, agilizando las comunicaciones con los asociados. Sin embargo, aún en ese entonces y con los avances tecnológicos de hoy, lo que prevalecerá será la comunicación interpersonal y las competencias y habilidades blandas que acompañarán al desarrollo de ese tipo de comunicación.

Finalicé mis estudios universitarios en el año 1993-II en la facultad de Ciencias de la Comunicación, a los que le siguieron años de trabajo en diferentes empresas, pero fue mi labor en la Asociación la que me dio grandes satisfacciones.

Palabras clave: Promoción, concursos, eventos, medios de comunicación, competencias, habilidades.

ABSTRACT

This professional sufficiency work summarizes my work experience in the “Asociación Nacional de Criadores y Propietarios de Caballos Peruanos de Paso” and it focuses on the description, analysis and reflection based of my work as head of the area of Promotion and Competitions. Throughout this time, I have been able to manage different events that have promoted the Peruvian horse breed, mainly the integral realization of Peruvian Paso competitions. The position demanded a high level of efficiency because a lot of correspondence was prepared massively, such as letters, invitations, programs, and others; and during that time the written documents were sent to each addressee in person via courier and/or postal service. In the same way, telephone calls were made through landline. Along the way, electronic mail (with certain limitations to the one we use today) and cellular devices appeared, which completely displaced the use of the courier and the postal service, speeding up communications with associates. However, even then and with today's technological advances, what will prevail will be interpersonal communication and the soft competencies and skills that will accompany the development of that type of communication

I finished my university studies in the second semester of 1993 at the Faculty of Communication Sciences. Subsequently, I accumulated years of professional experience in various companies. However, it was my tenure at the Association that brought me immense satisfaction.

Keywords: Promotion, contests, events, media, competencias, skills.

INTRODUCCIÓN

La Asociación Nacional de Criadores y Propietarios de Caballos Peruanos de Paso, conocida por sus siglas como ANCPCPP, se fundó el 23 de septiembre de 1947. Es una institución sin fines de lucro cuyo objetivo es el de fomentar, promover la crianza y cautelar el mejoramiento y desarrollo del Caballo Peruano de Paso, reconocido como Raza Caballar propia del Perú (Ley N°26606).

La ANCPCPP es la única institución privada y autónoma reconocida oficialmente por el estado peruano, a nivel nacional e internacional. Tiene sus oficinas en el distrito de Miraflores y su local de eventos está ubicado en Mamacona, Lurín.

Dentro de las gestiones de promoción, la ANCPCPP ha conseguido que el estado peruano declare al Caballo Peruano de Paso como Patrimonio Cultural de la Nación (Resolución Directoral Nacional N° 452 INC); que abril sea reconocido como el Mes del Caballo Peruano de Paso (Resolución Ministerial N° 172-95-ITINCI/DM); que el tercer domingo del mes de abril se instituya, a nivel nacional, como el Día del Caballo Peruano de Paso (Resolución Ministerial N° 106-2013-MINCETUR /DM) y finalmente que el Caballo Peruano de Paso sea reconocido como un Producto Bandera (Resolución Ministerial N°381-2012-MINCETUR/DM) por tratarse de un producto de reconocida calidad, preferido en el mercado externo y de notable desarrollo en su producción y gestión en el Perú.

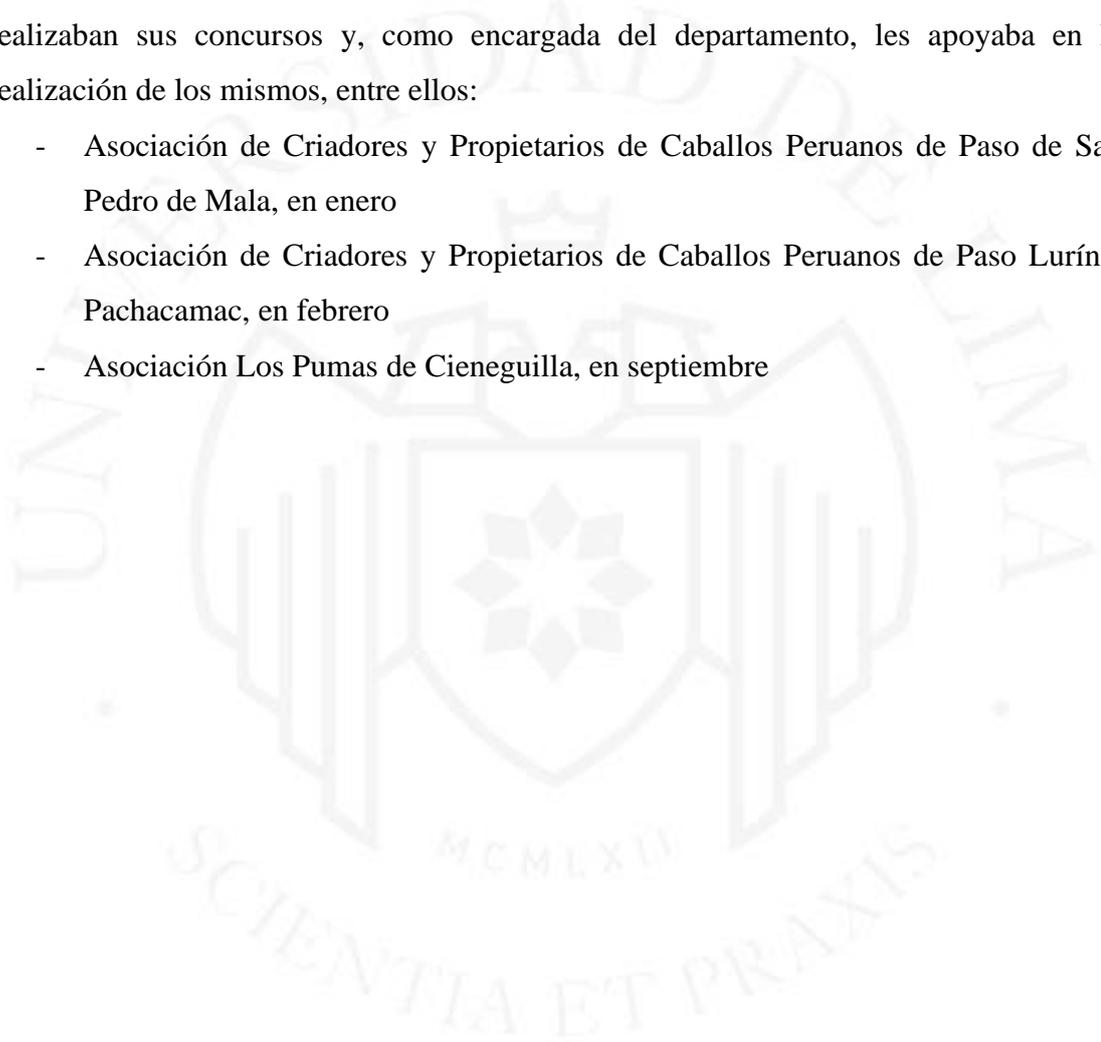
Para estas gestiones, la ANCPCPP solicitó un profesional de comunicaciones para encargarse del Departamento de Promoción y Concursos el cual recibió ese nombre con mi ingreso a la Asociación. Y fueron los concursos de caballos peruanos de paso los que más atención y responsabilidad exigieron de mi parte por la serie de actividades que se realizaban en cada uno de ellos. Elaboré los Catálogos para cada concurso, gestioné la publicidad impresa (afiches, volantes y folletos), diseñé las pancartas, coordiné la publicidad radial, redacté las notas de prensa, coordiné con los auspiciadores, contactaba e informaba a los participantes, atendía a los asociados y al público en general, organizaba las ferias de ventas dentro de cada concurso, etc. Además, era la responsable de la rendición de cuentas (Ingresos y Egresos) de cada concurso ante el Comité Organizador y el Consejo Directivo.

Anualmente me encargaba de los siguientes concursos que se desarrollaban en el local de Mamacona en Lurín:

- El Concurso Nacional del Caballo Peruano de Paso, en abril.
- El Concurso de Amancaes, en julio
- El Festival de Capones, en octubre
- y el Concurso Departamental del Caballo Peruano de Paso, en noviembre.

De la misma forma, las asociaciones afiliadas a nivel nacional, once hasta ese entonces, realizaban sus concursos y, como encargada del departamento, les apoyaba en la realización de los mismos, entre ellos:

- Asociación de Criadores y Propietarios de Caballos Peruanos de Paso de San Pedro de Mala, en enero
- Asociación de Criadores y Propietarios de Caballos Peruanos de Paso Lurín - Pachacamac, en febrero
- Asociación Los Pumas de Cieneguilla, en septiembre



1. EXPERIENCIA PROFESIONAL

A inicios del año 1993 ya me encontraba realizando mis prácticas pre-profesionales en el Departamento de Relaciones Institucionales del Banco Continental, así como en el Centro de Documentación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima, en donde realizaba las labores de digitación, catalogación de material audiovisual e impreso, así como grabación y edición de material audiovisual. Culminé mis prácticas y egresé en diciembre de ese mismo año.

Luego de egresar de la universidad, mi primer reto profesional se dio de 1994 a 1995, siendo Asistente del Departamento de Promoción de la empresa JOSFEL S.A., fabricantes de luminarias. En ese entonces la empresa había desarrollado el primer software de iluminación del Perú y la Gerencia deseaba presentarlo a lo grande con la finalidad de incrementar su cartera de clientes. Ingresé para realizar dicha promoción. Dentro del plan de trabajo que tuvimos en el área, mi primera labor fue la de organizar la base de datos de los invitados. La conformé por ministros, alcaldes, regidores y Gerentes de las municipalidades, todos clientes potenciales ya que la empresa participaba constantemente en licitaciones para iluminar parques, avenidas, malecones, etc. También la conformé con los gerentes de las principales empresas manufactureras del país, ya que ellos también eran el público objetivo de la empresa. En ese entonces el principal canal de comunicación que usábamos para llegar a nuestro público era la prensa, diarios como El Comercio y Gestión, y a través de revistas especializadas. Elaboré las notas de prensa pre y post evento y coordiné con la agencia de publicidad para su publicación.

Para los días del evento, aparte de las actividades protocolares, elaboré los catálogos y folletos que se entregaban con el software, tomando fotografías a diferentes luminarias y coordinando la impresión de los mismos.

Lo importante en este evento, al ser el primero que realizaba en mi carrera laboral, es que tenía definido el objetivo final, es decir, sabía exactamente lo que la empresa quería obtener realizando este evento: ampliar su cartera de clientes corporativos. Tenía identificado al público objetivo y sabía que canal de comunicación utilizar para llegar a ellos. Además, el mensaje utilizado en las notas de prensa y en los catálogos y folletos era formal y técnico, pues estaba al nivel del público objetivo.

Luego de ello, trabajé en Security Perú S.A.C. como Asistente de Administración de 1996 a 1998. Era una importadora de calzado deportivo cuya casa matriz estaba ubicada en Panamá. La actividad más importante de la empresa durante el año era su participación en la Feria del Hogar. Para esos días, se elaboraban folletos y volantes que se repartían al ingreso de la feria. Yo me encargué de tomar fotografías a las zapatillas y diseñar dichos folletos. A diferencia de mi trabajo anterior, el público objetivo de la empresa era diferente pero también lo teníamos bien identificado. Estaba conformado por hombres y mujeres de 20 a 40 años de clase media por lo que en el mensaje dirigido a ellos usaba términos propios de su edad (más coloquial). Por obvias razones en ese entonces el canal de comunicación usado era el impreso. Se había identificado también al medio radial como un canal con mucho potencial para nuestro público objetivo, pero por cuestiones económicas no lo utilizamos. Al final, cumplíamos con el gran objetivo que era incrementar las ventas y afianzar la presencia de la empresa en época de feria.

Posteriormente, ingresé a laborar a la Asociación Nacional de Criadores y Propietarios de Caballos Peruanos de Paso.

1.1 Asociación Nacional de Criadores y Propietarios de Caballos Peruanos de Paso - ANCP CPP

De 1998 a 2005, ingresé a trabajar en la Asociación Nacional de Criadores y Propietarios de Caballos Peruanos de Paso. Contaba con más de 300 asociados activos, entre criadores, propietarios y aficionados. Laboré directamente con el presidente del Consejo Directivo, en ese entonces el Sr. Alfredo Elías Vargas, quien me encargó elaborar la Memoria que se debía presentar a todos los asociados en la Asamblea General Ordinaria que se realizaba anualmente en el mes de abril.

La Asamblea General Ordinaria de Asociados debía aprobar la Memoria que resumía todos los acuerdos y acciones realizados por el Consejo durante el año transcurrido, el número de caballos inscritos en el Registro Genealógico y los Estados Financieros. Yo me encargué de elaborar la información acerca de los acuerdos y actividades realizadas

por el Consejo Directivo de la asociación, luego, supervisaba la información entregada por el Registro Genealógico y el Contador, para realizar el diseño final de la Memoria e ingresarla a la imprenta. Aquí aprobaba la diagramación y el contenido de las artes. Como no teníamos correo electrónico, las revisiones y aprobaciones de los avances eran en reuniones presenciales con el representante de la imprenta quien llevaba el machote y la prueba de impresión y yo lo debía aprobar en ese momento para que continuara con el trabajo de impresión. En una oportunidad sólo conté con cuatro días para elaborar, revisar y dar la aprobación final. Incluso hubo momentos en donde debía ir directamente al local de la imprenta para aprobar y/u observar la calidad de los materiales impresos.

Cuando terminó la presidencia del señor Alfredo Elías Vargas, me indicaron que me dedicara exclusivamente al Departamento de Promoción y Concursos. La labor más demandante fue la de organizar los concursos de caballos peruanos de paso, principalmente el Concurso Nacional que se realiza, hasta ahora, en el mes de abril teniendo una duración de nueve días. En este concurso, aparte de diseñar el Catálogo que se hacía en todos los concursos que se realizaban durante el año, también se diseñaba el Anuario. El catálogo, que debía estar impreso el primer día del concurso, detallaba la relación de participantes al evento y el programa de actividades. El Anuario, que debía estar impreso el último día del concurso, detallaba lo sucedido durante los nueve días del concurso, desde los ganadores hasta los eventos sociales realizados. Tanto el catálogo como el anuario eran solicitados por los asociados y debía entregarlos a tiempo.

El Comité Organizador del concurso era elegido por el Consejo Directivo. Yo participaba de todas las reuniones, primero para informarles de todo lo que se debía hacer y proponía la temática del anuario. Luego que el Comité elegía una opción, lo primero que hacía era

elaborar la invitación, la convocatoria, el programa, las Bases y la Ficha de Inscripción. Hacia los documentos en una máquina de escribir electrónica y luego lo enviaba al mimeógrafo para multicopiar esta información. Eran más de 300 los asociados registrados y a cada uno debía enviarles toda la información relacionada con el concurso. Era indispensable contar y respetar el calendario de trabajo (casi dos meses que duraba la preparación del concurso), pues el envío de la información por courier y servicio postal demoraba hasta siete días en llegar a los asociados que vivían en provincia o en el extranjero. Y por supuesto, en muchos casos esta documentación no llegaba a manos del destinatario, por lo que teníamos que verificar con cada uno de los asociados que habían recibido su sobre. Conforme pasaban los días, iba recibiendo las fichas de inscripciones en físico, con el nombre del propietario, el nombre del caballo y su edad. Las registraba en un cuadro Excel para que al final, con ayuda de un Ingeniero de Sistemas, se ordenara la relación de concursantes en cada categoría. Por ejemplo:

- Categoría de Capones de Bozal de 3 a 4 años.
- Categoría de Capones de Freno y Espuelas de 4 a 6 años.
- Categoría de Capones de Freno y Espuelas de 6 a 8 años.
- Categoría de Capones de Freno y Espuelas de 8 a 10 años.
- Categoría de Capones de Freno y Espuelas de más de 10 años.
- Conjunto de Capones
- Campeón y Reserva de Campeón del año Capón

Las mismas categorías se tenía para las Yeguas y para los Potros. Luego que el Ingeniero de Sistemas armara las categorías por edades, yo debía verificar que los caballos concursantes estuvieran en su categoría correcta.

Otra labor importante que realizaba era coordinar con los auspiciadores o con sus agencias de publicidad para recibir los fotolitos del logo o de la publicidad que colocarían en el catálogo. Esta misma labor la realizaba para el Anuario. A muchos auspiciadores también se les ofrecía la opción de colocar paneles alrededor de la cancha del concurso. Debía entregar las dimensiones exactas para que haya homogeneidad y tener el *layout* de dónde se colocaría cada panel.

Había otras actividades que debía gestionar como mandar a confeccionar las Rosetas para los caballos ganadores de las 40 categorías, elegir los premios para los propietarios, coordinar con el concesionario la preparación de los almuerzos, coordinar la venta de tickets de los almuerzos de los nueve días, coordinar las actividades sociales, concretar el alquiler de los stands de la feria en donde se vendía artículos relacionados al caballo peruano de paso como aperos, botines, indumentaria para los chalanos y amazonas, etc.

Asimismo, para las actividades sociales como Cenas de Gala, Cocktails de Bienvenida, etc. se solía invitar a personalidades importantes del ambiente político y cultural del país como al Presidente de la República, Ministros, Congresistas, Alcaldes, etc. Yo me encargaba directamente de atenderlos en las reuniones mencionadas. También se realizaban cabalgatas, exposiciones y/o charlas sobre el caballo peruano de paso. Debía tener actualizada la base de datos de estos asistentes y de la misma manera que los asociados, enviaba la correspondencia e invitaciones al concurso por courier o servicio postal. Recuerdo que manejaba un Cuaderno de Cargos para demostrar la recepción de dichas invitaciones.

Durante los nueve días del concurso había mucha actividad. Empezaba mi día a las 4:00 a.m. para primero ir la oficina de Miraflores y luego ir a Mamacona. Finalmente, el último

día del concurso, que siempre caía domingo, se vendía entradas al público en general para que puedan ingresar a ver el evento. Contrataba a una persona que se encargaba de la taquilla y luego me rendía las ventas. Esta venta representaba un ingreso importante para la Asociación. Ese día debía tener el Anuario del concurso impreso y listo para distribuirlo o venderlo. La venta del Anuario también representaba ingresos para el Concurso Nacional.

1.2 Filtros LYS S.A.

Estando en la ANCPCPP tuve la oportunidad de conocer al Presidente del Directorio de Filtros LYS S.A. quien criaba caballos peruanos de paso, el señor Víctor Hugo Huertas del Pino. El me invitó a trabajar con él, cerrando exitosamente mi etapa en la ANCPCPP pues quería explorar y desarrollar otras áreas laborales. Aquí trabajé del 2005 hasta el 2011, formando parte del staff de ejecutivos de la empresa siendo primero Jefe de Importaciones y Logística y luego me desempeñé como Jefe de Recursos Humanos.

Como Jefe de Importaciones y Logística pude trabajar de cerca con el área de Marketing participando en las campañas de lanzamiento de productos, así como las campañas de navidad y concursos en donde se daba puntaje a los mejores clientes. En ambas campañas la publicidad no sólo era impresa (revistas especializadas y almanaques) también hice publicidad radial, redactando algunos *jingles*. Además, coordinaba la elaboración del *merchandising* que se obsequiaba todos los meses a los clientes. El público objetivo en estas campañas eran los taxistas, por lo que el canal de comunicación era la radio y los productos a elaborar para el *merchandising* eran productos que ellos podían utilizar en el momento como aromatizadores, franelas, mangas, calcomanías, etc.

Como Jefe de Recursos Humanos pude trabajar, de forma más directa, en la comunicación con el público interno. La empresa no contaba con un área de Comunicaciones por lo que yo me encargaba de hacer y redactar los Boletines mensuales de la empresa con artículos relacionados al mejor trabajador del mes, a la mejor venta realizada, a la innovación dentro de la fábrica, etc. para promover y promocionar las buenas prácticas laborales, generando un buen clima organizacional.

Finalmente, puedo concluir que desde 1994 que empecé a laborar en empresas de diferentes rubros hasta el día hoy, he podido emplear los conocimientos adquiridos en la facultad de comunicaciones, principalmente para poder identificar los públicos objetivos y saber qué canal de comunicación es el más adecuado para llegar a ellos.

Capítulo 2. COMPETENCIAS PROFESIONALES

2.1 Catálogo del Concurso Nacional

En todos los concursos de caballos peruanos de paso se debía elaborar un catálogo. Pero la elaboración del catálogo del Concurso Nacional era de más trabajo y tenerlo impreso al inicio del concurso era señal de haber hecho una buena gestión. El tiraje de impresión era de 1500 unidades. Con el catálogo se informaba a cada participante qué día participaba (el programa de los nueve días), en qué categoría ingresaban sus caballos de acuerdo con su edad y contra quiénes competían.

Asimismo, coordinaba con los auspiciadores del concurso para asegurar su publicación en el catálogo. Si un auspiciador no hubiera visto su aviso impreso, simplemente no hubiera abonado lo pactado.

2.1.1 Objetivo. - Producir y distribuir, el catálogo del concurso nacional a primera hora del primer día del evento, para disposición de los concursantes y demás asociados.

2.1.2 Descripción del caso. - La convocatoria, el Programa, las Bases y la Ficha de Inscripción al concurso las repartía con casi dos meses de anticipación (finales del mes de febrero). El concurso nacional siempre empezaba un sábado, y duraba nueve días. El cierre de inscripciones era el lunes anterior a ese sábado, es decir, sólo contaba con cuatro días para la elaboración e impresión del catálogo. Por ser este el concurso de mayor importancia, he tenido hasta 600 caballos inscritos. Vale mencionar que cobraba por cada caballo inscrito (yo manejaba esa caja y era dinero en efectivo) y tenía un proceso de inscripción el cual debía respetar: La ficha de inscripción debía estar correctamente llenada con los datos del expositor y del caballo

concurante, debía tener el V°B° de Tesorería como constancia de que el asociado no mantenía deuda alguna con la asociación, y tener el V°B° de Registro Genealógico como prueba de que el caballo estaba correctamente registrado. El día del cierre permanecía en la oficina de Miraflores hasta más de la medianoche recibiendo inscripciones. Luego de eso debía coordinar con el Ingeniero de Sistemas para categorizar a los caballos de acuerdo con su edad. No podía retirarme si esa información no estaba terminada pues debía salir a imprenta en el momento en que terminara de verificar la información. Al día siguiente, debía estar en la asociación a las 9:00 a.m. para continuar con las demás coordinaciones, como por ejemplo seguir recibiendo los fotolitos y/o logos de los auspiciadores que publicarían su aviso en el catálogo y seguir enviándolo a la imprenta. También debía emitir la factura correspondiente y siempre debía alcanzarla al auspiciador antes de que el concurso iniciase. Lo ideal era concluir las coordinaciones con los auspiciadores el día del cierre de inscripciones, pero siempre se conseguían algunos más a última hora y no podíamos decirles que no pues significaba ingresos económicos para el concurso. Cuando eso sucedía coordinaba inmediatamente con la imprenta para ver la diagramación y el número de páginas del catálogo.

2.1.3 Resultados obtenidos. - Uno de los principales indicadores para señalar a los concursos como “exitosos” era tener el catálogo listo, y más si era el del concurso nacional. Tenerlo impreso correctamente con el número de participantes y con las publicidades de todos los auspiciadores. Los concursos iniciaban el sábado a las 6:00 a.m. en el local de concursos

ubicado en Mamacona. A esa hora ya se debía tener los catálogos listos para repartirlos a los criadores y a sus chalanos participantes.

En todos los concursos que organicé se cumplió con la impresión y distribución a tiempo de los catálogos. Vale mencionar que la imprenta con la que trabajé la convertí en un socio estratégico de la asociación y se encargaba de la impresión de todos los requerimientos que teníamos para los concursos y demás eventos.

2.1.4 Materiales producidos. - En los anexos se podrá ver como muestra los catálogos del Concurso Nacional, Concurso Departamental, Concurso de Amancaes y del Festival del Capón del año 2003.

2.2 Anuario del Concurso Nacional

El anuario de la asociación se imprimía sólo en los concursos nacionales. El tiraje era de 3000 unidades. En él se detallaba la relación de ganadores en cada categoría con la fotografía del primer puesto. También se publicaban diferentes artículos relacionados a la crianza, a la historia del caballo peruano de paso, anécdotas de los asociados y recomendaciones de los veterinarios sobre los cuidados y la salud de esta raza equina. Estos artículos en muchos casos eran elaborados por integrantes del Consejo Directivo de la Asociación o por integrantes del Comité Organizador. Mi labor era redactarlos, buscar una fotografía para el artículo e ir entregándolos a la imprenta para su diagramación. Como he mencionado, el anuario era una importante fuente de ingresos para el concurso, pues se vendía al público en general, por lo que debía estar listo para la venta el último día del concurso en el local de Mamacona. De la misma forma que en el Catálogo, debía coordinar con los auspiciadores para que me alcanzaran los fotolitos del

aviso que iban a publicar. Muchas de las empresas me derivaban con las agencias de publicidad con quienes veía el formato, tamaño, color, etc. de los anuncios que iban a elaborar. Debía llevar un cuaderno de cargos de recepción de fotolitos y de envío de los mismos a la imprenta pues, como todos los envíos eran por *courier*, a veces se complicaba llevar el control de los fotolitos enviados y recibidos.

Es importante mencionar que en la ANCPCPP teníamos dos públicos objetivos bien identificados:

- Los criadores de caballos peruanos de paso, que podían ser asociados o “no asociados”
- El público en general

Para ambos grupos usábamos el mismo lenguaje al que llamábamos “de peruanidad”, es decir, usábamos la Marinera Norteña como música en las publicidades radiales, indumentaria del chalán o la vestimenta del caballo en las publicidades impresas. Es por ello que tanto en las carátulas del catálogo como en el anuario usábamos como referencia un sombrero de paja o el poncho de lino que identificaba al chalán, o las riendas o estribos que identificaban al caballo peruano de paso.

2.2.1 Objetivo. - Producir, distribuir y vender el anuario del concurso nacional el último día del evento.

2.2.2 Descripción del caso. – El anuario contenía datos de la Asociación, artículos de interés, eventos sociales y los resultados del concurso. Los datos de la Asociación era lo primero que redactaba pues contaba con esa información (número de asociados, nuevos ingresantes, número de

asociaciones afiliadas, concursos realizados a nivel mundial, Jueces nombrados, etc.) Los eventos sociales y obviamente los resultados del concurso se daban en el día a día. Iba recopilando, del fotógrafo y del Ingeniero de Sistemas, quien también se encargaba de llevar el puntaje de los caballos ganadores, toda la información que debía ir a la imprenta. Para ello, a la hora que salía de Mamacona, que normalmente era a altas horas de la noche, iba directamente a las oficinas de Miraflores a encontrarme con el encargado de la Imprenta. Dos días antes del último día del concurso, es decir, el domingo de Clausura, se empezaba a imprimir los anuarios. Para ese momento ya había coordinado con los auspiciadores para ir recibiendo sus fotolitos con las publicidades e iba entregándolos a la imprenta cotejando mi relación de páginas vendidas según la escala de ventas.

2.2.3 Resultados obtenidos. - Otro indicador de haber realizado una buena gestión en el concurso nacional era el contar con el anuario impreso en el local de Mamacona el día del cierre del evento. En todo el tiempo que realicé los concursos nacionales, cumplí con este objetivo.

2.2.4 Materiales producidos. - Muestro el anuario del año 2003 como demostración de lo indicado.

Capítulo 3. REFLEXIONES PROFESIONALES

Recuerdo claramente que estando en la universidad nos ingeniábamos al momento de hacer un trabajo radial, televisivo o cinematográfico, no teníamos los escenarios adecuados, pero utilizábamos cualquier pasadizo o salón de clase para filmar nuestra película, no teníamos presupuesto para contratar a actores profesionales, pero convencíamos a cualquier amigo que nos apoye actuando. No teníamos internet, whatsapp o demás redes sociales para contactarnos, pero ubicábamos a cualquier persona. No teníamos Google, pero conseguíamos la información que necesitábamos. Sólo teníamos un objetivo: cumplir con los trabajos asignados en cada asignatura. Trabajar con recursos limitados, saber adaptarme, enfocarme en la meta final y cumplirla, eso es lo que aprendí en la universidad.

Al ingresar a la ANCP CPP tenía casi el mismo escenario. Una oficina con los recursos básicos como el teléfono fijo, una máquina de escribir electrónica y un mimeógrafo pero con esos equipos realicé eficiente y eficazmente eventos con la asistencia de hasta tres mil personas. No contaba con Internet las 24 horas del día, no tenía una laptop, no tenía e-mail, no tenía el celular con aplicaciones con los que hubiera ahorrado tiempo y dinero para enviar información de los concursos a los asociados, pero cumplí con los objetivos que me encargaron. En este escenario puedo manifestar que la principal habilidad que me permitió desarrollar mi labor fue “la planificación”. Estoy convencida que esta práctica promueve, en cualquier puesto de trabajo, la ejecución de actividades sin pasar por alto el menor de los detalles. Asimismo, considero que todo comunicador, desde sus inicios de formación, debe desarrollar tres habilidades blandas que se vuelven transversales: el trabajo en equipo: siempre tendremos a diferentes personas trabajando con nosotros o contaremos con personal a nuestro cargo, por lo que se vuelve indispensable saber comunicarnos; la empatía: puesto que uno debe saber entender al otro para poder tener una buena comunicación; y finalmente el liderazgo: uno debe liderar su puesto de trabajo para poder liderar a otros.

Finalmente, en este mundo tan cambiante y cada vez con mayor rapidez, debemos saber adaptarnos y adecuarnos a las circunstancias. Tuve que prepararme y seguir capacitándome. El correo electrónico apareció en el camino de mi labor. Este tipo de

comunicación fue más rápida y tuvo más llegada, principalmente a la gente de provincia y del extranjero. El courier que teníamos desapareció de nuestra lista de proveedores. La máquina de escribir y el mimeógrafo pasaron a la historia. Los celulares ayudaron a ubicar a los asociados que hasta ese momento eran difíciles de ubicar y por supuesto, podían ubicarme en cualquier momento y a cualquier hora de la semana, ya sea domingo o feriado. Aquí aprendí que la capacidad de adaptación es y continuará siendo indispensable para el desarrollo de un profesional. Es por ello que todo comunicador debe contar con cuatro competencias básicas:

1° Enfoque en resultados: debemos cumplir con los objetivos que nos asignan en el puesto de trabajo

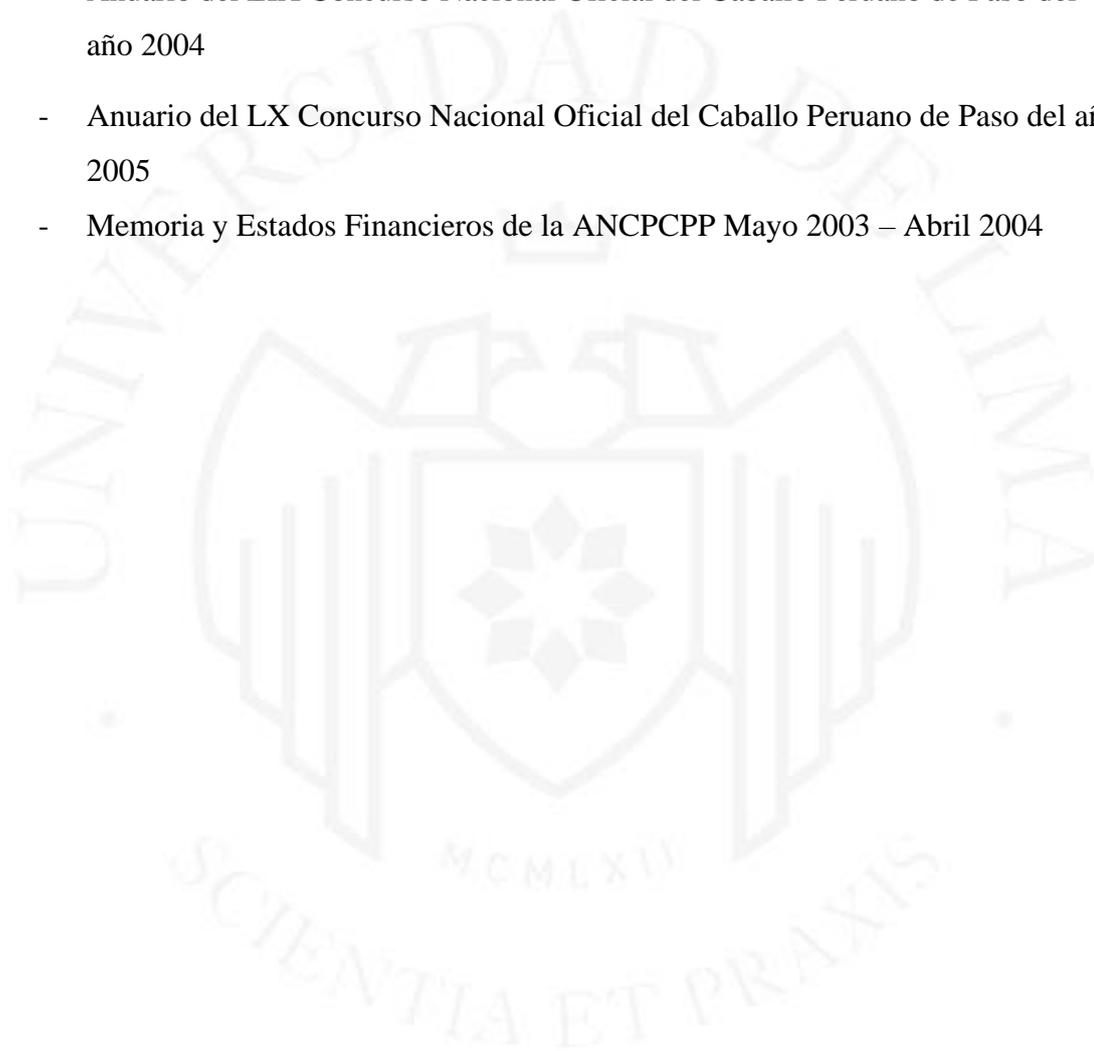
2° Adaptación al cambio: debemos ser capaces de poder desenvolvernos en situaciones y circunstancias inesperadas.

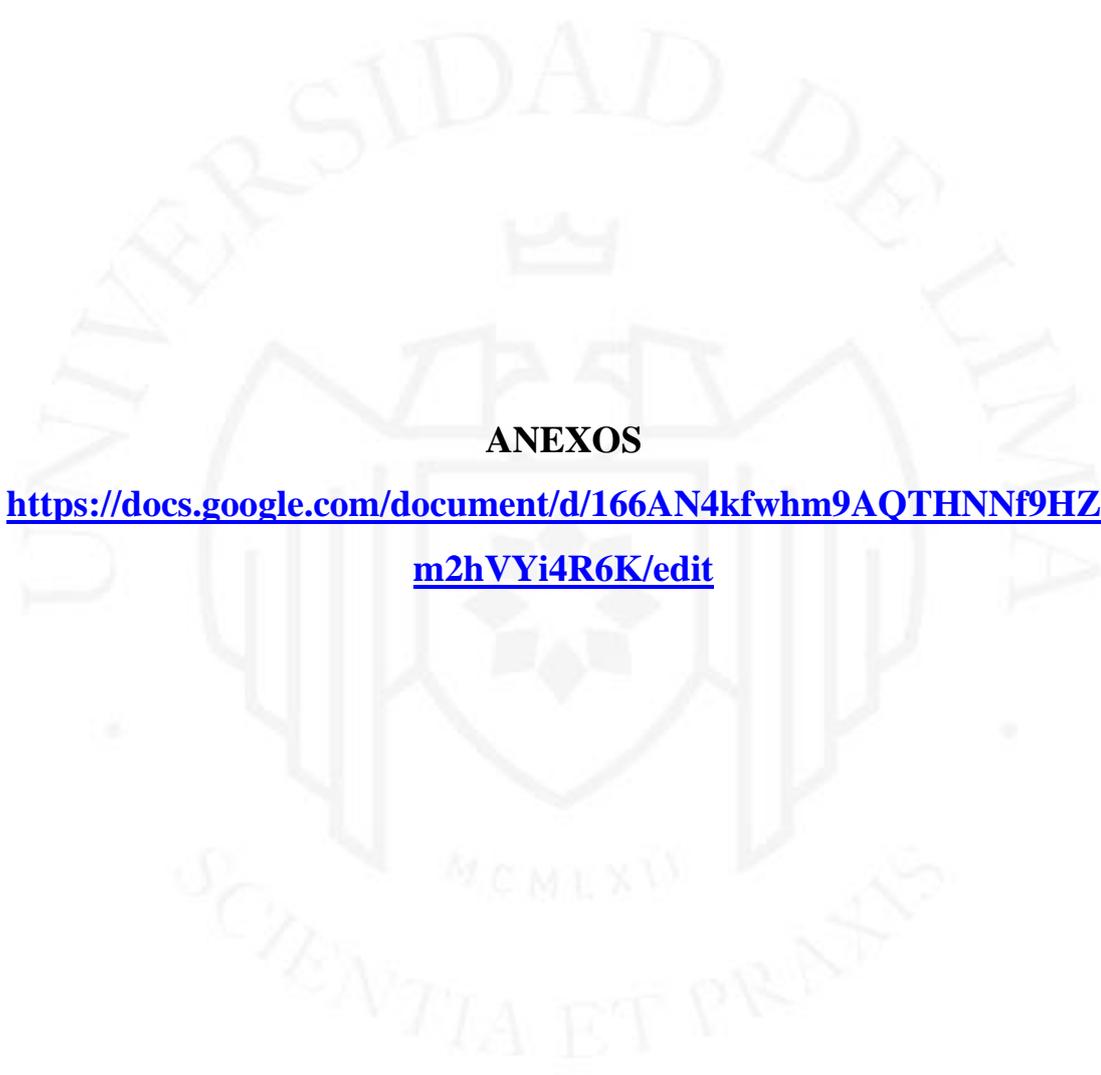
3° Comunicación eficaz: es muy importante saber lo que se quiere decir, a quiénes y a través de qué canal para cumplir con nuestros objetivos.

4° Asertividad: un buen comunicador no sólo debe saber qué dice sino la manera cómo lo dice.

REFERENCIAS

- Archivo de la Asociación Nacional de Criadores y Propietarios del Caballo Peruano de Paso
- Anuario del LVIII Concurso Nacional Oficial del Caballo Peruano de Paso del año 2003
- Anuario del LIX Concurso Nacional Oficial del Caballo Peruano de Paso del año 2004
- Anuario del LX Concurso Nacional Oficial del Caballo Peruano de Paso del año 2005
- Memoria y Estados Financieros de la ANCP CPP Mayo 2003 – Abril 2004





ANEXOS

<https://docs.google.com/document/d/166AN4kfwhm9AQTHNNf9HZgm2hVYi4R6K/edit>

ANEXO 1: Diploma de Bachiller en Ciencias de la Comunicación



UNIVERSIDAD DE LIMA

A nombre de la Nación

El Rector de la Universidad de Lima

Por cuanto:

El Consejo Universitario ha otorgado el

Grado Académico de Bachiller en Ciencias de la Comunicación

a doña Verónica Olivia Canelo Marruffo

quien después de haber cumplido como alumno de la Facultad de

Ciencias de la Comunicación

con los requisitos exigidos por las disposiciones legales vigentes, optó dicho

Grado el día 14 de Febrero de 1994

Por tanto:

Expide el presente Diploma, para que se le reconozca como tal.

Dado y firmado en Lima el 16 de Febrero de 1994

Antonio Espinoza Lora
SECRETARIO GENERAL



ANEXO 2: Certificado de Trabajo de la ANCP CPP



Asociación Nacional de Criadores y
Propietarios de Caballos Peruanos de Paso®



La Presidencia de la Asociación Nacional de Criadores y Propietarios de
Caballos Peruanos de Paso
A.N.C.P.C.P.P.

Certifica:

Que la señora **VERONICA OLIVIA CANELO MARRUFFO**, identificada con **DNI 25704419**, ha laborado en la Asociación Nacional de Criadores y Propietarios de Caballos Peruanos de Paso desde el 01 de Octubre de 1998 hasta el 31 de Julio del 2005 desempeñándose como Secretaria de la Presidencia y posteriormente como Encargada del Dpto. de Promoción y Concursos.

Miraflores, 10 de Marzo del 2020

ASOCIACIÓN NACIONAL DE CRIADORES Y PROPIETARIOS
DE CABALLOS PERUANOS DE PASO

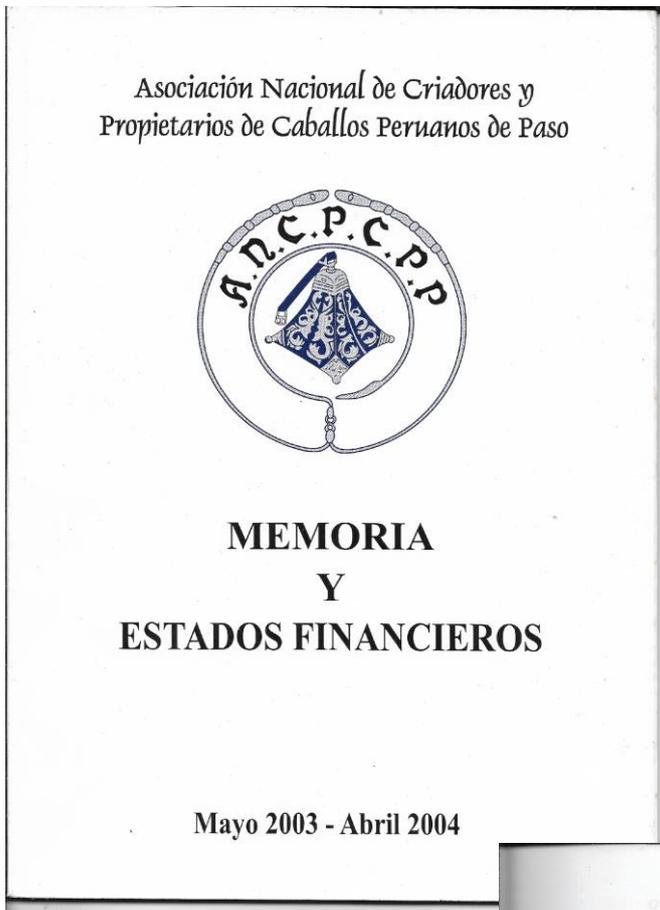
JOSÉ RISSO MONTES
PRESIDENTE



Bellavista N° 546 Miraflores Lima 18 - Perú - Telefax: (51-1) 447-6331 - (51-1) 447-9793
E-mail: presidencia@ancpepp.org.pe Web: www.ancpepp.org.pe



ANEXO 3: Memoria y Estados Financieros de la ANCP CPP



PERSONAL ADMINISTRATIVO

Administrador General
Sr. Ernst Baumgartner Zuazo

SEDE MIRAFLORES

Tesorero
Sr. Estanislao Ostos Villaorduña

Contador
Sr. Jesús Guillén

Secretaría del Directorio
Sra. Aimeé Ramos Carriona

Dpto. de Promoción y Concursos
Sra. Verónica Canelo Marrulo

Secretaría Dpto. de Tesorería
Sra. Karina Orozco Sammaché

Atención Local
Sr. Fernando Ruiz Mendoza

SEDE MAMACONA

Trabajadores
Jorge Garay Lara
Máximo Álvarez Flores
Lorenzo G. Lara Sánchez
Jesús Núñez Huamán
Felipe Reyes Rodríguez

-5-

Inf. Turnitin

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	ancpcpp.org.pe Fuente de Internet	2%
2	repositorio.ulima.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Cientifica del Sur Trabajo del estudiante	1%
5	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
6	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	rpp.pe Fuente de Internet	1%
8	jalayo.blogspot.com Fuente de Internet	1%
9	mundotv57.blogspot.com Fuente de Internet	1%

10	caballerodefinaestampa.blogspot.com Fuente de Internet	1 %
11	www.serperuano.com Fuente de Internet	<1 %
12	andina.pe Fuente de Internet	<1 %
13	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	<1 %
14	www.ulima.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
15	www.aufa.8m.com Fuente de Internet	<1 %
16	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
17	R. Gonzales, R. Li, G. Kemper, C. Del Carpio, E. Ruiz. "An Algorithm for Estimating The Variation of The Joint Angles of The Limbs of Peruvian Paso Horse", 2018 IEEE XXV International Conference on Electronics, Electrical Engineering and Computing (INTERCON), 2018 Publicación	<1 %
18	macronorte.pe Fuente de Internet	<1 %
19	conta.visualms.com	

Fuente de Internet

<1 %

20

www.chiclayoenlinea.com

Fuente de Internet

<1 %

21

docplayer.es

Fuente de Internet

<1 %

22

idoc.pub

Fuente de Internet

<1 %

23

visitaperuturistico.blogspot.com

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo