**DEFINIR LAS ACTIVIDADES OPERATIVAS DE UN CONGRESO O CONVENCIÓN.**

Una conferencia, congreso o encuentro es una reunión de gente con un interés o un antecedente común, que tiene el propósito de permitirles encontrarse, aprender y discutir acerca de temas, ideas y trabajos que giran alrededor de un asunto que les concierne.

**¿CÓMO ORGANIZAR UN CONGRESO, CONVENCIÓN O CONFERENCIA?**

**La organización de una conferencia involucra varias fases:**

La planificación de la conferencia.

Hacerle publicidad a la conferencia y reclutar e inscribir a los participantes.

Llevar a cabo la conferencia.

Evaluar la conferencia y su proceso organizativo.

**CREACIÓN DE UNA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.**

Reunir a un equipo o comité directivo. La mayoría de las conferencias, congresos o convenciones se benefician al tener un grupo de gente a cargo. Esto significa que las decisiones son consideradas desde más de una perspectiva, que hay una variedad de ideas para elegir y que hay más manos para hacer el trabajo.

**Designar un coordinador:** el coordinador lleva a cabo las decisiones del equipo y sirve como la primera línea de comunicación con proveedores, participantes, presentadores, los que proporcionan la sede, los exhibidores y otros fuera del grupo de planificación y supervisión. Para muchas conferencias anuales, el coordinador es automáticamente la persona que ocupa una posición determinada.

**PLANIFICACIÓN DE LA CONFERENCIA O CONVENCION.**

Ponerse de acuerdo sobre el propósito de la conferencia o convención. Hay un gran número de razones posibles para una conferencia, y muchas conferencias combinan dos o más de ellas. Algunas de las más comunes son:

\*Capacitación, Creación de conexiones

\*Estímulo (ayudar a los participantes a sentirse bien con respecto a lo que ellos y el campo hacen)

\*Compartir información (nuevos desarrollos, asuntos a observar, reglamentaciones, etc.)

\*Mejorar la práctica y Apoyo

\*Destacar un asunto

\*Solución de problemas

\*Toma de decisiones y planificación (por ejemplo, fijar la dirección de una iniciativa o un campo)

\*Lanzar una nueva iniciativa o una nueva dirección.

**Identificar al público objetivo:** Hasta cierto punto, el público objetivo es determinado por la naturaleza tanto de la conferencia o convención como de la organización patrocinadora.

**Fijar la duración y la fecha para la conferencia o convención:** La duración de la conferencia o convención dependerá de lo que necesite hacerse; de cuánto se pueda invertir, en tiempo y dinero, de los potenciales participantes y de lo que la organización patrocinadora pueda y tenga la capacidad de aportar.

**Planificar el formato:** Aquí está el meollo de la conferencia o convención en lo que se refiere a los asistentes. ¿Qué es realmente lo que va a suceder?

**¿Qué otro tipo de sesiones habrá?** Algunas posibilidades:

**Discursos o charlas similares:** sesiones informativas presentando ideas prácticas o teóricas o métodos relevantes para el trabajo.

**Talleres de trabajo:** enseñanza de métodos, técnicas, y otras habilidades o actividades relacionadas.

**Información de hechos importantes:** nuevas reglamentaciones, problemas políticos, de apoyo, estado del campo o área de estudios, etc.

**Hilos o hebras:** una serie de sesiones que se relacionan todas con un tema.

**Interactiva:** sesiones prácticas donde los participantes son justamente eso: participantes en discusiones, actividades, simulaciones, juego de roles, etc.

**ENCARAR LA LOGÍSTICA DE LA CONFERENCIA O CONVENCIÓN.**

La logística comprende los detalles prácticos de una conferencia o convención que la hacen posible: dónde realizarla, cómo encontrar a los presentadores, cuánto costará, cómo transportar a la gente, quién se ocupará de la exhibición de las diapositivas, etc.

**Localización geográfica:** Esto se refiere a la ciudad o área donde se celebrará el congreso.

**La sede del evento:** Para empezar, ¿cuánto espacio se necesita? Una gran conferencia con múltiples sesiones divididas necesitará una cantidad de salas que dé cabida a grupos desde 10 a 40 personas aprox., y algunas con capacidad para más.

**La Comida:** si el evento se realiza en una instalación para conferencias, probablemente allí se encargarán de la comida. Una convención o conferencia en un hotel o centro de convenciones generalmente proporcionará desayuno continental y almuerzo cada día de la conferencia y puede incluir una o más cenas también (a menudo un banquete o cena de premiación. Se dispone a menudo de agua embotellada y café a lo largo del día. Si una conferencia está subvencionada por una fundación, las comidas y tentempiés pueden ser gratuitos para los participantes.

**Alojamiento:** Cuando los asistentes, oradores o presentadores vienen de lejos, pueden necesitar un lugar donde alojarse. Las conferencias con sede en hoteles generalmente proporcionan habitaciones a precios especiales (prácticamente siempre se espera que los participantes paguen por sus cuartos de hotel), mientras que el alojamiento en centros de retiro puede estar incluido en el precio de inscripción de la conferencia.

**Cuotas de inscripción:** Cuando la conferencia es local y tiene pocos o ningún gasto, puede ser gratuita para los participantes, lo mismo que cuando la conferencia está apoyada por una subvención o contrato. La mayoría de las conferencias grandes, de varios días, cobran cuotas para cubrir los costos, que incluyen materiales, envíos de correo, alquiler del lugar y del equipo, la comida y/o los pagos a los oradores principales y otros presentadores, las fotocopias e impresos, etc.

**Carteles:** Se necesitarán carteles que señalen el camino a los varios salones de conferencias, los exhibidores, las comidas, los baños y otros puntos de interés en el lugar de la conferencia, así como a mesas o puestos oficiales – para registro, información, apoyo, etc. Estas mesas o puestos también necesitarán carteles de identificación y debería haber carteles dirigiendo a los participantes a cada charla. Los carteles deberían estar complementados con mapas del lugar de la conferencia colocados en lugares estratégicos (especialmente en cruces de corredores y lugares de reunión).

**Identificación:** La gente necesitará gafetes de identificación también. El personal de la conferencia, los voluntarios, los asistentes técnicos y otros “funcionarios” deben llevar insignias de identificación que resalten (un color diferente, tal vez) y que los identifiquen como personas a quienes acudir en caso de tener preguntas. Todos los participantes deben tener gafetes con sus nombres y afiliación laboral, de modo que todos sepan quién son (las insignias pueden estar pre-impresas o proporcionarse en blanco para que los participantes las llenen.

**Seguridad y protección:** Un hotel u otro sitio para conferencias usualmente emplean seguridad interna y gente con formación médica de urgencia. Aun cuando éste sea el caso, el personal de la conferencia debe contar con un equipo de primeros auxilios con elementos esenciales.

**COORDINACIÓN Y RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS.**

Como se discutió anteriormente, el coordinador debe ser la persona indicada para tratar el lugar de la conferencia o con los proveedores de la comida, otros proveedores, presentadores, animadores, exhibidores, participantes y todos los demás. Generalmente recae en él negociar con el hotel u otro sitio, discutir el pago y cualquier otro beneficio con los exhibidores y encargarse de los problemas, las quejas o las necesidades especiales de los participantes.

**HACERLE PUBLICIDAD A LA CONVENCIÓN O CONFERENCIA, INSCRIBIR A LOS PARTICIPANTES Y RECLUTAR A LOS PRESENTADORES.**

Publicidad y reclutamiento. Algunas conferencias se forman enteramente con miembros de la organización patrocinadora, y por tanto la publicidad podrá limitarse a hacer llamadas a los presentadores y o envíos de materiales de inscripción pre-conferencia a los miembros; en algunos casos, todo esto podrá realizarse simplemente publicando la información en un sitio Web. Sin embargo, para conferencias que son eventos únicos o los primeros en una-serie, más que parte de una serie anual, o para conferencias anuales que buscan atraer a una amplia concurrencia, la publicidad es por lo general necesaria. Además de envíos de correo a una lista de gente interesada y de publicar información sobre la conferencia en Internet, otras estrategias incluyen:

Publicidad impresa, especialmente en periódicos, boletines de noticias y otros medios de prensa leídos por la gente que interesa atraer o publicada por la organización patrocinadora.

Carteles y/o otros anuncios enviados a organizaciones e instituciones relacionadas con el tema o asunto de la conferencia.

Reportajes, entrevistas y/o comunicados de prensa en medios locales, estatales o nacionales.

Comunicación general a una lista de correo electrónico.

Blogs en Internet.

Anuncios enviados a líderes de opinión en el tema o en la comunidad.

Pasar la voz (más efectivo, obviamente, a nivel local, pero también en círculos mucho más grandes, especialmente a través de Internet).

**LLEVAR A CABO LA CONVENCIÓN O CONFERENCIA**

Una vez que todo el trabajo preliminar está realizado, la convención misma deberá llevarse a cabo. Para un gran evento, esto significa encargarse de la logística de antemano; atender a los participantes inscritos cada día de tal modo que no resulte problemático para nadie; responder a los problemas y las necesidades de participantes y presentadores; y asegurarse de que todo el mundo deje sus comentarios para que se pueda evaluar más tarde la conferencia.

**Logística justo antes de la conferencia y durante ella:** Hay una cantidad de programaciones y tareas similares que deben atenderse para que las cosas se desarrollen sin tropiezos:

\*Programar a los presentadores indicados para los salones correctos a las horas correctas.

\*Programar las sesiones de modo que los participantes puedan seguir el hilo del

\*Designar un “anfitrión” para cada sesión, el cual anunciará al presentador, se asegurará de que el equipamiento esté en su lugar, controlará los tiempos, entregará los materiales impresos, distribuirá y recogerá los formularios de evaluación.

\*Trabajar con la gente de la sede para asegurarse de que hay espacios adecuados para las comidas, los descansos y otros eventos de la conferencia.

\*Colocar exhibidores, café, material a distribuir y cualquier otra cosa en lugares adecuados

\*Encontrar los mejores lugares, en términos de fluidez del tránsito, visibilidad y accesibilidad, para los servicios de inscripción, información y emergencia.

\*Disponer o informar a los participantes y presentadores, de antemano, acerca de la disponibilidad o no del estacionamiento para la conferencia.

**Inscripción/presentación a la conferencia o congreso**: Debe haber paquetes con los materiales de la conferencia listos para las personas que se hayan inscrito anticipadamente.

**Manejo de crisis:** Esto puede tratarse de la cancelación de la llegada de uno o más presentadores o, aún peor, la de un orador principal que todo el mundo estaba esperando escuchar. Una emergencia ambiental que imposibilite la llegada a la conferencia de la mayoría de la gente. Un error de computación que deje a muchos participantes sin las habitaciones que creían haber reservado. Cualquiera de éstas y una cantidad de otras crisis pueden surgir en el curso de una conferencia.

**EVALUACIÓN**

Al evaluar una conferencia, hay varias áreas que deben ser examinadas.

**Presentaciones individuales:** ¿Fue la presentación relevante para el tema de la conferencia? ¿Fue clara y comprensible para los asistentes? ¿El método de presentación reflejó el contenido y contribuyó redujo a la efectividad de la presentación o la? ¿La gente la disfrutó y aprendió de ella? ¿Se debería invitar al presentador a otra conferencia? Se debería poder contestar estas preguntas si se ha o entrevistado a los participantes o diseñado buenos formularios de evaluación y recolectado suficientes de ellos.

**La experiencia en su conjunto:** Otra vez, si se ha hecho el trabajo en la conferencia misma, tanto obteniendo información directa y verbal como diseñando buenos formularios de evaluación y recaudándolos de la mayoría de los participantes, se debe poder contestar las preguntas importantes: ¿Ofreció la conferencia una variedad de experiencias relacionadas con el tema? ¿Obtuvieron los participantes lo que esperaban y necesitaban? ¿Hubo suficientes oportunidades de interrelacionarse y de socializar? ¿Fueron las sesiones generalmente interesantes, útiles y relevantes? ¿La conferencia pareció bien organizada? ¿Se desarrolló sin tropiezos? ¿Qué les gustó más a los participantes? ¿Qué habrían hecho ellos de manera diferente?

**El lugar y sus servicios (si se llevó a cabo la conferencia en un hotel, un centro de conferencias, un centro de retiro u otro sitio similar):** Aquí, las preguntas son tanto para el coordinador y las otras personas que interactuaron directamente con la sede, como para los participantes.

**El proceso organizativo:** Aquí, se necesita examinar:

\*Si hubo suficientes personas, tanto en las etapas iniciales como durante la conferencia, para hacer todo lo que se necesitaba hacer.

\*Si hubo suficiente tiempo para inscribirse.

\*El proceso de planificación. ¿Incluyó suficientes aportes de todos los que deberían haber sido incluidos? ¿Tenía una estructura que hizo la planificación relativamente fácil? ¿Resultó en un plan fácil de seguir? ¿Dio como resultado una conferencia exitosa?

\*Si las estimaciones iniciales de cantidad de participantes, costos, etc. Fueron razonablemente acertadas.

\*Lo que salió particularmente bien.

\*Lo que se necesita cambiar y cómo.

OCTAVIO MARTINEZ FLORES LTU757

8vo TURISMO

PROFESOR: SAMUEL HERNANDEZ VAZQUEZ

**ADMINISTRACION DE CONGRESOS, CONVENCIONES Y EXPOSICICONES**