**ANDREA MORENO HERRERA LTU781**

**La ejecución del evento requiere:**

* Un método de trabajo lógico y efectivo para organizar actividades interrelacionadas, mediante un procesos sistemático.
* Trabajar por Comisiones o Comités.
* Personal altamente capacitado por especificidad técnica o especialización académica.
* Gran cantidad de personal por áreas específicas.

**ACTIVIDADES OPERATIVAS DE UN CONGRASO O CONVENCIÓN:**

* Coordinar los recursos humanos y materiales necesarios para una operación eficiente.
* Coordinar la selección y operación de los medios de transporte.
* Coordinar la obtención y funcionamiento del equipamiento.
* Coordinar la integración de los materiales para las mesas de trabajo.
* Coordinar la selección, distribución y colocación de los materiales en general.
* Supervisar, coordinar y definir la ubicación de los módulos y la señalización.
* Planificar, integrar y controlar la instalación de los módulos de registro e información.
* Coordinar la rotulación y distribución de documentos en general.
* Concertar, proporcionar y controlar los servicios de carácter general, a las Coordinaciones del comité organizador y a los clientes o participantes.
* Definir el tipo y cantidad de escenografía y señalización en los inmuebles sede de las actividades.
* Diseñar, adquirir, instalar y controlar la escenografía necesaria para las diferentes actividades.
* Distribuir materiales de promoción, organización e información antes, durante y después del evento.
* Supervisar el montaje del auditorio y de los salones para las mesas de trabajo.
* Coordinar el montaje del servicio de guardería.
* Coordinar todo lo necesario para proporcionar servicio médico a los participantes.
* Coordinar la seguridad.
* Coordinar la organización y realización de los simulacros que se vayan a realizar.
* Apoyar en la integración, impresión, comercialización y distribución de la publicidad.
* Coordinar el Centro de Operaciones.
* Todos los departamentos y coordinaciones requieren apoyo del departamento de operaciones por lo que debe planificar muy bien la cantidad de personal que se necesitará para cumplir con todos los requerimientos, es necesario que el personal que trabaje con buen servicio y contar con suficientes materiales y de buena calidad con el fin de que las distintas actividades se lleven correctamente a cabo. Se encuentra a su cargo todo lo relacionado con la realización y/o construcción, se debe tener claro todo lo referente a tiempos y coordinar los mismos. Brinda todos los servicios de carácter operativo a las coordinaciones del comité organizador y a los clientes o participantes, antes, durante y después del evento.
* Prestan los servicios en los diferentes lugares en que haya actividades sociales, culturales y artísticas y en auditorios, salones y mesas de trabajo.
* Es conveniente nombrar uno o más responsables por actividad programada y/o espacio destinado.
* Es responsable de la distribución de los todos los elementos que se utilicen durante el evento.
* Define una logística para el reparto y/o entrega de comunicados, impresos, materiales de video y/o audio, entre otros, antes, durante y después del evento.
* La decisión del tipo de montaje de los auditorios y recintos en donde se verifican actividades (módulos de registro, informes, etc.), como la inauguración y la clausura, debe de intervenir la Coordinación General ya que es la que tiene la definición estratégica de cómo se implementará o desarrollará cada actividad en particular, mientras que en la decisión del tipo de montaje de las mesas de trabajo debe de intervenir la Coordinación Técnica, pues conoce las particularidades de cada ponencia en particular.

**PUBLICIDAD DE UN EVENTO**

La forma e intensidad del trabajo de la coordinación de publicidad y relaciones públicas varía mucho, dependiendo de la naturaleza, del

tamaño y de la estructura de la organización de un evento.

Hay que considerar que el evento puede ser, en sí mismo, un producto, especialmente si el acontecimiento es artístico, cultural, deportivo o de un grupo de intelectuales o profesionistas.

En muchos eventos el personal de Publicidad y relaciones públicas se dedica a la atención personalizada de participantes muy importantes.

**FUNCIONES:**

* Coordinar la invitación a los diferentes participantes.
* Atender a los invitados especiales en cada una de las actividades.
* Coordinar el sistema de información y la ubicación de los módulos.
* Elaborar los programas y los comentarios para los maestros de ceremonias.
* Atender a los ponentes magistrales y a los de las mesas de trabajo.
* Coordinar el servicio de edecanes.
* Capacitar al personal de información y edecanes.
* Coordinar la ubicación física de los edecanes durante las diferentes actividades.
* Coordinar y realizar la invitación a los diferentes medios de comunicación.
* Coordinar la intervención de los medios de comunicación.
* Entregar a los medios de comunicación información sobre el evento.
* Elaborar la Memoria del evento que aspectos deben considerarse en la recepción.

**PRINCIPALES CANALES DE DIFUSIÓN DE UN EVENTO**

* Sitios Web o Blog: Va a ser el lugar al cual acudan los potenciales asistentes para ampliar la información que reciben sobre el evento.
* Correo Electrónico: Si se cuenta con una base de datos, puede ser muy eficiente, ya que podemos tener un alto alcance a muy bajo costo.
* Redes Sociales: No alcanza únicamente con una web o blog, sino que es importante posicionar el evento en las redes sociales como Facebook, twitter, linkedin y hasta YouTube.
* Correo Directo: Confección de Folleto informativo o “Anuncios” previos al evento y envío por correo postal. Este medio es más costoso y tomará más tiempo, ya que se debe diseñar e imprimir y luego hacer envío por correo postal para que llegue a los domicilios de la base de datos.

**PROMOCIÓN ANTES DEL EVENTO**

* Folletos, postales, tarjetas de los organizadores especiales
* Envío de información: mailing (a través del correo electrónico y/o postal)
* Planificación y calendarización de las acciones promocionales (a medida que se acerca la
* fecha del evento será más frecuente)
* Participación en eventos previos
* Publicidad: gráfica, radial y/o televisiva. En medios masivos y/o especializados
* Actualización del sitio web y/o blog
* Acciones en las redes sociales (gratuitas y/o pagas)

**Prensa y difusión: Antes, durante y después del evento**

* Redacción y envío de gacetillas y material a la prensa (digital, gráfica, audiovisual) para que publiquen el evento.
* Envío de nuevas gacetillas con actualización de las novedades del evento (mensual o semanal si falta poco para la reunión).
* Seguimiento de las publicaciones en los diferentes medios.
* Invitaciones personales a la prensa especializada (al evento y, si los hubiera, a eventos particulares para la prensa).
* Entrevistas a los organizadores, oradores e invitados especiales, armado de un diario interno del evento, con notas y entrevistas especialmente realizadas, y difusión gratuita del mismo, entre los asistentes.
* Organización de una conferencia de prensa (durante o después del evento)
* Publicación de las conferencias post evento.
* Realización del clipping (un resumen de las publicaciones en los distintos medios).

La campaña de difusión se puede apoyar con los siguientes medios:

* Calendarios o almanaques
* Carteles
* Comunicados y boletines en periódicos locales, regionales, nacionales e internacionales
* Correspondencia directa
* Folletos promocionales
* Globos aerostáticos con mensajes del evento
* Invitaciones impresas
* Invitaciones telefónicas
* Banderas y pasacalles
* Carapantallas y avisos en vía pública
* Pantallas electrónicas exteriores
* Publicaciones en boletines y revistas especializadas nacionales e internacionales
* Radio, TV, Internet y prensa escrita
* Cine
* Videos

Prensa escrita

* Publicidad inducida vía comentarios de columnistas especializados
* Inserciones pagas en los diarios de mayor circulación nacional, local o internacional y revistas especializadas, con base en un programa previamente establecido

Radio y TV

* Entrevistas para dar a conocer en forma masiva el evento
* Spot publicitario
* PNT (Publicidad No Tradicional)

Internet

* Página propia de la convención
* Banners en páginas del sector correspondiente al tema de la convención
* Participación en páginas de difusión de este tipo de eventos
* Notas de prensa en páginas o blogs especializados

**HOSPEDAJE**

En los eventos muy grandes, en donde participan miles de participante, es habitual alojarlos en varios hoteles. Esto es aconsejable por razones de logística, aunque uno solo tenga capacidad suficiente para albergarlos a todos, para evitar el congestionamiento ante movimientos de transporte, arribos, servicios de comidas, utilización de ascensores, etc.

La distancia del hotel al centro de convenciones es una variable que se debe considerar. Es conveniente que el tiempo promedio de traslado de uno a otro no exceda los 10 a 12 minutos.

El tipo de hoteles que se contraten deben estar condicionados al perfil de los participantes y a su poder adquisitivo, transporte de los participantes, así como la importancia de actividades en el registro y eventos como exhibiciones actividades sociales de los grupos.

Es conveniente elaborar una lista de clasificación dependiendo de los programas de actividades de cada evento, los participantes por lo común llegan y parten en bloques, aunque algunos llegan a la ciudad un fin de semana antes, otros se quedan una semana después y otros suelen llegar el día previo, generalmente llegan por grupos, por lo que es conveniente elaborar un programa detallado de llegadas por cada uno de los hoteles.

En la logística general se debe tener presente que los miembros del Comité Organizador, personal de apoyo y seguridad, algunos proveedores, contratistas y ejecutivos de las empresas, llegan con anticipación y son los últimos en abandonar las instalaciones en donde se lleve a cabo el evento.

Los representantes de los hoteles necesitan saber con suficiente anticipación las llegadas y salidas de los participantes, para definir la logística de alojamiento y que al momento de realizar los check-in y check-out correspondientes puedan prever el personal necesario y la forma de implementación acorde para evitar grandes congestionamientos o pérdidas innecesarias de tiempo y a su vez para que esta operación no interrumpa el normal funcionamiento del hotel, que también debe asistir a otros huéspedes que nada tienen que ver con el evento.

La logística debe contemplar lo siguiente:

* El movimiento del equipaje de cada pasajero.
* La disponibilidad de los ascensores, en función de la capacidad de cada uno.
* El tiempo necesario para cerrar las cuentas individuales, ya que el egreso de cada pasajero está relacionado directamente, en la mayoría de los casos, con el horario de salida del medio de transporte que lo llevará a su ciudad de origen.
* La salida, ya que debe ser lo más fácil y agradable posible, ya que es el último contacto con el evento.

La distribución y asignación de cuartos se debe hacer en base a:

* La solicitud de alojamiento de cada participante
* Las confirmaciones
* Las habitaciones disponibles en cada hotel
* La búsqueda de satisfacción del cliente
* La categoría del participante
* La fecha de llegada

Las suites de los diferentes hoteles se deben de asignar a:

* Personalidades
* Invitados especiales
* Altos directivos
* Ponentes magistrales
* Algunos representantes de medios de comunicación invitados
* Comité Organizador

Otra cuestión importante es importante es poder evaluar si los participantes estuvieron satisfechos con lo que recibieron durante su alojamiento, ya que esto sirve para detectar las debilidades que se deben corregir para futuros eventos o bien la necesidad de cambiar contratar otra locación directamente.

**TRANSPORTE**

La Coordinación General junto al área de Operaciones tienen la responsabilidad de seleccionar y contratar los medios de transporte, de pasaje y de carga necesarios, que serán diferentes para cada evento en particular. Planificar el sistema y la logística del transporte requiere de invertir tiempo durante varios meses antes del evento y debe estar organizada de manera impecable, ya que un sistema ineficiente ocasiona largas filas en hoteles y centros de convenciones y llegadas tarde de los participantes a las diferentes actividades. Tener coordinadores profesionales de tráfico de buses y un buen equipo de comunicación hace más eficiente el servicio.

Se debe considerar el número de participantes para seleccionar y contratar el tipo de vehículos y su capacidad, para prestar un servicio eficiente en cada actividad, como por ejemplo para hacer recorridos turísticos para los acompañantes de los participantes, seguramente se requieran menos vehículos que para el traslado a la cena-baile de clausura.

Es necesario:

* Tener un control de alojamiento, dividido en habitaciones singles, dobles, triples y cuádruples sirve para estimar las necesidades.
* Tener estimación de la distancia entre cada hotel y lugar de reunión
* El tiempo en que suben y bajan los usuarios
* El número de autobuses que se pueden estacionar en el área del hotel y centro de convenciones.
* La eficiencia del hotel para mover gente
* La capacidad y el número de ascensores disponibles al mismo tiempo
* El número de participantes que requieren el servicio en el mismo horario
* El número de acompañantes que sale en otro horario del hotel, por lo que habrá que prevenir esto en la logística
* Las rutas y sus itinerarios
* Elaborar una agenda de la frecuencia del servicio y los lugares para abordar.
* Señalizar las áreas para abordar los micros en los hoteles y centros de convenciones.
* Cada autobús debe tener en el parabrisas frontal un número que identifique la ruta así como la agrupación o evento a que pertenece para su fácil identificación.
* Se debe informar del procedimiento para el uso de este servicio a los participantes.
* Al término del evento, para trasladar a los participantes a las terminales de transporte hay que definir el procedimiento con la empresa de transporte.
* Para definir la cantidad de unidades y los horarios para este servicio, se pueden vender o dar boletos con fechas y horarios predefinidos.

**IMPORTANCIA DE ACTIVIDADES EN EL REGISTRO Y EVENTOS COMO EXHIBICIONES ACTIVIDADES SOCIALES DE LOS GRUPOS**

Para facilitar el manejo y control de la documentación y el registro de la información que se genera antes, durante y después de un evento, se trabaja con formularios o cédulas de uso general, que tendrán un formato propio según las necesidades específicas.

Las que se usan comúnmente son:

* Registro para un evento
* Registro y solicitud de espacios
* Registro para empresas
* Inscripción y pago
* Control de reservaciones e inscripciones
* Selección de hoteles
* Solicitud de alojamiento
* Control de habitaciones
* Solicitud de servicios
* Programa de trabajo por mes, semana y día
* Seguimiento de acuerdos
* Seguimiento de actividades
* Programa de difusión en medios de difusión
* Control de asistencia de medios de comunicación al evento
* Participación programas de radio/TV
* Entrevistas de prensa
* Análisis de prensa
* Registro de envío de cartas a invitados especiales / para funcionarios de mesa
* Registro de envío de cartas para solicitud de patrocinios y donativos
* Confirmación de participación para ponentes magistrales y de mesa
* Confirmación de participación para funcionarios de mesa
* Programa general de actividades
* Programa general de ponencias magistrales
* Programa diario de ponencias magistrales
* Programa diario de mesas de trabajo
* Programa para la inauguración
* Programa para la clausura
* Requerimiento de materiales
* Vale de entrega de materiales
* Entrega de materiales de trabajo a participantes
* Inventario de recursos materiales
* Control de operadores, rutas y transporte
* Control de frecuencia de servicio de autobuses
* Llegadas de los participantes a las terminales de transporte
* Control de artistas y espectáculos
* Flujo de caja por mes / semana / día
* Responsables de las funciones de la lista de seguimiento
* Formulario de preguntas
* Actualización del directorio de personas físicas / empresas
* Asistentes al presidium
* Lista de expositores
* Lista de inscriptos
* Lista de acompañantes