

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Aviso legal: El presente compendio es el resultado de la compilación realizada por el compilador en basé a su experiencia, formación profesional y criterio. La misma no se considera una obra bibliográfica propia, ya que es una recopilación de varias fuentes.

PLANIFICACIÓN. HERRAMIENTAS PARA LA PLANIFICACIÓN, GESTIÓN, CONTROL Y EVALUACIÓN DE EVENTOS.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

NÚCLEO TEMÁTICO.

- 1) Los eventos como herramienta de comunicación.
- 2) Lo eventual en los eventos.
- 3) Planificación de eventos: conceptos, funciones, requisitos, modelos, etapas, ventajas.
- 4) La planificación general de eventos.
- 5) Esquema general de organización de eventos.
- 6) Proceso de la administración estratégica.
- 7) El trabajo por coordinaciones.
- 8) Descripción detallada de funciones por coordinación.
- 9) Evaluación y control.
- 10) Cronograma de actividades.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

LOS EVENTOS COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN ¹

Una de las justificaciones más fuertes para llevar a cabo el esfuerzo de invertir el dinero requerido a fin de montar cualquier evento, es que proporciona numerosas oportunidades de comunicación, antes, durante y después de ser llevado a cabo.

Cuando existe la necesidad de llamar la atención de forma que no pueda ser ignorada, con frecuencia el mejor enfoque puede ser un evento o acontecimiento especial (que en adelante serán tomados como sinónimo).

Un evento es una forma de comunicación utilizada para conseguir atención hacia un producto o hacia una organización.

Su función principal es generar el interés de los medios de comunicación hacia algo que no tiene naturaleza noticiosa.

Las organizaciones y las compañías también utilizan los eventos para dirigir la atención hacia sus actividades o funciones.

Ejemplos:

Una planta manufacturera puede realizar un evento de puertas abiertas para demostrar su programa de modernización recientemente terminado.

Los grupos caritativos llevan a cabo subastas y cenas de beneficencia para conseguir fondos y también para concientizar a la comunidad.

¹ Antonio Di Genova. Licenciado en RR.PP. Doctorando en Comunicación.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

En casi todas las ocasiones, la ventaja principal de efectuar un evento no es el número de gente que asistirá al mismo, sino el número mayor que puede alcanzarse a través de los medios de comunicación.

Un acontecimiento especial puede tener muchos acontecimientos subsidiarios, como por ejemplo: almuerzo, banquetes, concursos, discursos y otros, como parte de su desarrollo.

El acontecimiento especial es un elemento de difusión publicitaria que realizado en mayor escala, incluye y entraña todos los instrumentos y técnicas de la publicidad y requiere de una gran cantidad de detalles habilidosamente diseñados, presentados, dramatizados y publicados.

Para la realización de cualquier evento se necesita de un responsable de comunicación que lo impulse integralmente.

Este especialista llevará a cabo todo el esquema para ejecutar la comunicación de l evento una vez que la Dirección de la empresa haya aprobado el concepto.

La mayoría de los gerentes de Relaciones Públicas, una vez realizada la investigación, diagnóstico de situación y establecido los objetivos, utilizan un sistema de planificación que identifica el día de terminación de cada paso del plan.

Estos pasos pueden incluir todas las funciones de comunicación que rodean el evento, invitaciones, avisos, gacetillas, conferencia de prensa, e-mail marketing, telemarketing, dossier de información, marketing promocional, folletería, etc.

De acuerdo al tamaño y complejidad del evento, el especialista puede trabajar sólo o supervisar a la gente responsable de que todas las acciones se lleven a cabo

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

oportunamente.

El encargado de la comunicación, sin importar el tamaño del evento, debe ser detallista y conciente del presupuesto. Debe conocer cada elemento y su oportunidad para que el evento sea exitoso.

Un buen comunicador debe poder programar actividades que maximicen la repercusión e impacto del acontecimiento.

Tareas fundamentales del Responsable de la Comunicación

Todo comunicador debe investigar para obtener información. La información es el elemento esencial para tomar decisiones, y nos posibilita planificar, ejecutar y evaluar los resultados de las acciones comunicantes.

INVESTIGAR

INFORMAR

TOMA DE DECISIONES

PLANIFICAR

EJECUTAR

EVALUAR LOS RESULTADOS

A.- INVESTIGACION Y DIAGNOSTICO

En una primera etapa debemos requerir información específica a nuestros clientes. Se deben pedir datos estructurales vinculados con el área y lo podemos hacer a través de cuestionarios (Brief).

A.1.- BRIEF

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

- Nombre de la empresa.
- Actividad.
- Productos y/o servicios que comercializa.
- Público al que apunta (target group): -público global + -público al que quiere apuntar el evento.
- Presupuesto con el que vamos a contar (parámetro crítico financiero).
- Aspiraciones (Imagen a posicionar).
- Conocer el tipo de evento (saber su intención, su propósito, qué busca)..
- Base de datos.
- Probables sponsors o patrocinadores.
- Auspicios nominativos.

A.2.- ENTREVISTAS

Entrevistas con personalidades clave:

- Directivos.
- Líderes de opinión (formales e informales).

A.3.- INVESTIGACIONES DE MERCADO

Investigaciones motivacionales:

Son de orden cuali-cuantitativo, en las que se buscan determinar los gustos, preferencias, deseos y motivaciones del público real y potencial.

A.4.- Análisis de Fortalezas y debilidades (FODA).

Fortalezas: son las oportunidades, es todo lo que tenemos a favor (recursos económicos, financieros, humanos y tecnológicos, prestigio, base de datos, etc.)

Debilidades: están formadas por todos aquellos elementos o variables que no controlamos o controlamos parcialmente.

Estas y/u otras investigaciones nos permitirán determinar el cuadro de situación

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

actual de la organización y la determinación de los objetivos primarios y secundarios.

OBJETIVOS: Proposición que tiene:

1. Intención: qué quiero realizar. Debe ser posible, creíble y realizable.
2. Proporción o medida: cuánto, se cuantifica la intención.
3. Plazo: cuando lo quiero realizar. Puede ser corto, mediano o largo plazo.

B.- PLANIFICACIÓN

Cómo alcanzar un objetivo, cómo lograrlo. Aquí comienza un proceso de toma de decisiones. Planificar es imaginar un escenario futuro.

DECISIONES

- Estrategias
- Tácticas
- Procedimientos u operativas

ESTRATEGICA: ¿Qué queremos?

Plan para determinar qué vamos a hacer, por qué, para quién. Son decisiones fundamentales.

TÁCTICAS: ¿Cómo lo vamos a lograr?

Saber qué rumbo hay que seguir para lograr el camino estratégico.

PROCEDIMIENTOS U OPERATIVOS: ¿Quién lo hace?

Importa la técnica, conocimientos, habilidades y destrezas del que realiza.

B.1.- PLANIFICACIÓN DEL ORGANIGRAMA DEL DEPARTAMENTO

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

B.2.- DETERMINACION DE LAS ACCIONES A IMPLEMENTAR

1. Designación de colaboradores.
2. Desarrollo planning.
3. Fijación de las reuniones de trabajo.
4. Determinación y contratación de servicios varios.
5. Diseño de aviso publicitario y planificación de medios.
6. Campaña de Prensa.
7. Campaña de Relaciones Públicas
8. Ceremonial y Protocolo.
9. Acciones de Marketing Directo
10. Calendarización de las actividades.

C.- EJECUCION

Es la puesta en práctica de todas las acciones comunicacionales planificadas.

D.- EVALUACION

Evaluamos si evaluamos o no los objetivos propuestos. Se realiza una vez concluido el evento, a diferencia de los controles que se realizan durante los tres pasos previos.

¿QUÉ TIENE DE EVENTUAL UN EVENTO? ²

Si bien un “Evento” es –por definición de la Real Academia Española- un acaecimiento, una eventualidad, un hecho imprevisto, también es un “suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva”. Esto, que en apariencia es un contrasentido, en esencia no lo es: la eventualidad de un

² Antonio Di Genova. Licenciado en RR.PP. Doctorando en Comunicación.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

acontecimiento que ha sido programado, no reside en la falta de previsión de lo que pudo y debió ser previsto; un organizador que está planificando un encuentro al aire libre por ejemplo, no podría no prever que el día en que dé comienzo pueda llover. Lo eventual de un evento es un intangible que excede al organizador.

¿Qué es entonces lo eventual de un evento? La respuesta comienza en el momento en que los actores desarrollan los contenidos programados y en este punto, quienes organizamos no tenemos injerencia ni responsabilidad alguna. Está, por ejemplo, en la inspiración, predisposición e impronta de los disertantes en una conferencia o congreso; en la creatividad, entrega y dedicación de un deportista en una justa; en la empatía de actores y espectadores durante un espectáculo teatral o artístico, en un contexto socio económico adverso producto de variables no controlables que afectan la capacidad de compra de los potenciales asistentes a una feria o exposición; en la apreciación, percepción e impacto que las obras de arte expuestas generan en el público asistente a un vernissage. Todas éstas son parte del abanico de posibilidades de lo “eventual”.

Son justamente los imponderables mencionados los que transforman cualquier acontecimiento especial en un evento. Y qué bueno que así sea, qué poco atrayente sería un acontecimiento en el que pudiera preverse lo que debiera surgir naturalmente. Qué poco afortunado sería, por ejemplo, el intento de planificar las sensaciones del auditorio frente a un hecho programado. Qué fútil sería la intentona de condicionar emociones frente a un acontecimiento artístico.

Finalmente, la definición, la demostración empática y la ilustración por la negativa, nos muestran que un evento es tal porque sus artífices y protagonistas son los actores y no los organizadores. Por eso, estimados colegas relacionarios y oportunistas devenidos en organizadores, no se sigan confundiendo y no confundan más al público diciéndole que lo que ellos llaman un evento en realidad

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

no lo es, ya que son ellos los que lo constituirán en tal, y no es nuestra tarea aleccionarlos sino lograr que así sea. Una vez más "VOX POPULI VOX DEI"

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS.

El especialista argentino Antonio Federico Moreno, definió que planear o planificar, en términos generales podría concebirse como el desarrollo de un proceso de toma de decisiones anticipadas y coordinadas entre sí, con vistas a alcanzar un objetivo predeterminado.

Entendemos entonces que el planeamiento es, en la práctica, "un curso de acción propulsado por una cadena de decisiones" y responde a la formulación común de: qué hacer; cómo hacerlo; cuándo hacerlo; quién debe hacerlo; qué medios utilizar para hacerlo.

Todo plan tiende a neutralizar la espontánea dispersión de esfuerzos y recursos, y aunque en la práctica los planes difícilmente se cumplen en su totalidad y en un sentido estricto, esto no puede provocar dudas sobre los beneficios comprobados en la aplicación racional de cualquier método dotado de los componentes y recaudos necesarios en el trazado perspectivo hacia metas fijadas en un futuro desconocido hacia el cual se transitará sistemáticamente.

Para el contexto de la Organización de Eventos, vale aclarar que el hecho de que una organización cuente con procedimientos propios para planificar la actividad general; sectorialmente se pueden aplicar distintas modalidades o sistemas para planificar su respectiva gestión, siempre que los mismos no colisionen con el Plan Global.

En realidad esto se trata más de una aclaración técnica que un comentario, ya que

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

todo proceso de Planeamiento tiene como uno de los componentes invariables a la ESTRATEGIA; es decir, el "arte de emplear los medios disponibles en la forma oportuna para solucionar un problema o alcanzar un objetivo definido". Asimismo la Estrategia como tal, responde a la ejecución de "una cadena de decisiones", razón por la cual es de particular responsabilidad del profesional que tiene a su cargo la realización del Plan, Programa, Campaña o Proyecto de Eventos.

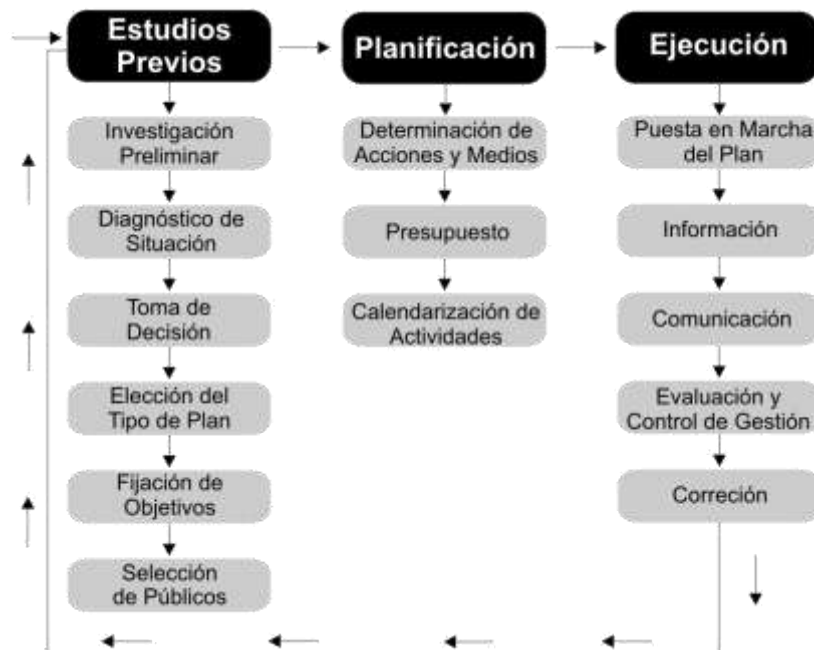
En tal sentido, cuando debe fijarse el encaminamiento de las acciones que se consideren más convenientes frente a las hipótesis críticas que todo Plan debe fijar en el curso de un tiempo futuro que es desconocido y al que solo se puede indagar por ciertos estudios deductivos o pronósticos, la Estrategia ofrece ciertos factores operativos como la información, tanto endógena como exógena lograda previamente y durante los desarrollos; los Recursos o fortalezas con los que cuenta la organización y el propio potencial de Relaciones Públicas para sortear los posibles inconvenientes que puedan producirse y el Tiempo, cuyo espacio ofrezca las facilidades de maniobras apropiadas frente a los virtuales hechos que acechen la marcha normal de las operaciones dispuestas en la planificación.

En el proceso de planeación nos orientamos en el modelo propuesto por el Lic. Lorenzo Blanco, en su texto La Planeación: Práctica de la Relaciones Públicas.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

El autor segmenta el proceso en tres etapas:



Estudios Previos: consiste en la búsqueda, adquisición y aprovechamiento de toda la información posible que tenga valor con relación al Plan a ser desarrollado y facilite luego las decisiones a tomar.

Planificación: se refiere a la disposición de los recursos necesarios y los cursos de acción más viables y seguros para cumplir las metas fijadas.

Ejecución: una vez coordinados los recursos logísticos, se llega a la fase final del Plan, en la cual se ejecutan todas las acciones dispuestas frente a las condiciones previstas.

Las características de un buen plan deben ser las siguientes:

- Comprensible, concreto y sencillo.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

- Flexible y adaptable para poder ajustarse rápidamente a los cambios que puedan surgir antes, durante y después del evento.
- Preparado y redactado de forma tal que personas que no hayan participado de su elaboración lo puedan comprender fácilmente, o sea que tenga secuencias lógicas.

Es importante revisar sistemáticamente el avance del plan y los programas, para saber lo que se ha hecho y lo que falta por hacer. La planificación está íntimamente ligada con los recursos disponibles para realizar un evento.

Por lo general en un evento, ocurren variaciones al plan original, sean éstas positivas o negativas es siempre recomendable volver a las premisas con base en las cuales se elaboró, para verificar si éstas son vigentes, lógicas y congruentes con la realidad, lo que permitirá adoptar las medidas correctivas necesarias.

Planificar y evaluar, revisando escenarios, precisando objetivos y evaluando avances, permite resolver problemas y obtener mejoras constantes en los resultados.

Ventajas de la planificación:

- Se tienen objetivos claros y definidos.
- Se establecen programas con metas para su alcance.
- Estimula la creatividad para hacer mejor uso de los recursos disponibles.
- Facilita el alcance progresivo de las metas planteadas y las revisiones prácticas y objetivas.
- Coordina y unifica esfuerzos.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

LA PLANIFICACIÓN GENERAL DE LOS EVENTOS DEBE INCLUIR:

- Definición de los objetivos generales y específicos.
- Las políticas generales.
- La temática del evento.
- El perfil del grupo de organizadores, conferencistas y participantes.
- La estructura de organización y la definición de funciones.
- La formación, organización y programa del grupo de trabajo.
- Los procedimientos de trabajo.
- Formas de financiamiento, presupuestos y flujos de dinero.
- La contratación de lugares y servicios.
- Los programas de actividades técnicas, recreación, acompañantes y específicos.
- La asignación de responsabilidades y tiempos de ejecución.
- Las proyecciones de ventas y beneficios.
- Las estrategias de comercialización y difusión.
- El control de la aplicación de recursos por actividad.
- Las alternativas de acción en caso de desviaciones del plan original. Posibles contingencias y soluciones.
- La capacitación de los organizadores y personal de apoyo.
- La elaboración y fijación de mecanismos de supervisión, control y evaluación.
- Elaboración de la lista de seguimiento.

También una buena planificación debe considerar con mucho detenimiento lo siguiente:

- Las fechas más convenientes para la realización del evento.
- Lugar y sede.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

- Temática general y particular.
- Quienes y cuantos ponentes y participantes serán.
- Definición de ponente magistrales y mesas de trabajo.
- Invitados especiales.
- Pronóstico de participantes esperados.

ESQUEMA GENERAL DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ³



³ Martínez, Ricardo y Suárez, Guillermo. Organización De Eventos.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

PROCESO DE ADMINISTRACIÓN ESTRATEGICA. ⁴

Los Nueve Pasos de la Dirección Estratégica (R Molz).

Primer Paso: Definir las metas personales y profesionales:

Personales: ingresos, seguridad, tiempo libre, oportunidades, relaciones familiares, otros anhelos.

Profesionales: estabilidad deseada, grado de crecimiento, nuevos productos o diversificación de ellos, otras aspiraciones.

- Realizar una lista determinado lo que se desea personalmente y profesionalmente, teniendo en cuenta los aspectos anteriores.
- Revisar la lista agregando o eliminando elementos según su criterio.
- Repetir el proceso de revisión varias veces.
- Elaborar supuestos y hechos de la situación presente para cada una de las metas que establezca.
- Establecer objetivos específicos, medibles y desafiantes pero factibles.
- Revaluar permanentemente las metas introduciendo ajustes.
- Determinar la factibilidad de los objetivos en relación con las condiciones externas.
- Establecer posibles relaciones entre las metas personales y profesionales.

Segundo Paso: Evaluación de los recursos internos.

- Conocer y evaluar los recursos disponibles para la consecución de las metas.

⁴ **Beltramino, Hernán. Consejos y sugerencias sobre el proceso de la administración estratégica.**

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

- Evaluar cada recurso utilizando criterios definidos tales como comparación con sus competidores, o valoración autocrítica de las operaciones dentro de la industria.
- Distinguir los recursos en ventajas y desventajas según sus características.
- Elaborar una lista en base a la distinción anterior.
- Determinar donde están las fuerzas y debilidades internas de la empresa.

Tercer Paso: Evaluación de los factores externos.

- Valorar los factores externos.
- Evaluar cada uno de los aspectos (Económicos, Sociales, Políticos, Tecnológicos, Legales, Demográficos, etc) en relación con la situación actual del negocio.
- Determinar que factores constituyen una amenaza y cuales una oportunidad.
- Confeccionar una lista en base a la distinción anterior.
- Evaluar cuales oportunidades pueden ser aprovechada por la organización y como se puede defender esta de las amenazas.

Cuarto Paso: Análisis del ámbito competitivo.

- Conocer la situación competitiva general.
- Determinar la rivalidad entre los competidores y cuales son los obstáculos de salida; respondiendo a las siguientes preguntas.

¿Los competidores son numerosos o guardan cierto equilibrio entre su tamaño y capacidad?

¿La industria crece con lentitud, provocando así pugnas de desarrollo entre los competidores?’

¿Los competidores ofrecen prácticamente el mismo producto o servicio?

¿Los costos fijos son elevados (o el producto perecedero), de modo que hacen

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

surgir la tentación de recordar los precios?

¿La industria experimenta ocasionales excesos de capacidad?

¿Los competidores consideran que los riesgos para alcanzar el éxito en el negocio son especialmente riesgos, debido a factores como el prestigio o la necesidad de una completa línea de productos?

¿Resulta gravoso para una empresa abandonar la industria, lo cual obliga a las empresas a mantenerse en la competencia de que otro modo abandonarían?

¿La industria precisa de equipos especializados que no pueden ser utilizados fácilmente en otra industria?

¿La capacidad de producción está fuertemente vinculada a otras unidades de fabricación, de modo que resulta difícil abandonar un negocio específico sin trastornar el sistema de producción?

¿La compañía incurriría en altos costos fijos en caso de decidir el abandono de una industria en particular?

¿La gerencia es particularmente leal a una determinada línea de negocios?

- Evaluar el poder de los proveedores de la industria; dando respuesta a las siguientes preguntas:

¿El grupo de proveedores está más concentrado que la industria a la cuál presta sus servicios?

¿Cada proveedor posee un producto único, o los productos que ofrecen pueden ser sustituidos fácilmente?

¿Cuenta el proveedor con posibilidades de incorporarse a la industria y convertirse entonces

en competidor directo de la que ahora surte?

- Determinar el poder de los compradores de los productos industriales; contestando estas preguntas:

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

¿Los compradores están más concentrados que las empresas que surten el producto?

¿los compradores adquieren los productos en volúmenes considerables?

¿los productos adquiridos pueden ser fácilmente sustituidos por los que ofrecen otros fabricantes?

¿Los compradores obtienen bajas utilidades?

¿Al comprador no le importan mayormente los productos adquiridos?

¿Es posible que el comprador se convierta en competidor integrándose hacia atrás?

- Determinar la disponibilidad de productos sustitutos, a través de las siguientes preguntas:

¿Hay disponibilidad de productos sustitutos muy semejantes?

¿Se hallan disponibles otros productos sustitutos adecuados?

- Evaluar la probabilidad de que nuevos competidores se incorporen a la industria; por medio de estas preguntas:

¿Son altos los requerimientos de capital en la industria?

¿Existen significativas economías de escala?

¿Los productos ofrecidos son insustituibles , lo cual les dificulta a eventuales nuevos competidores atraer una buena clientela?

¿Existen políticas gubernamentales que restrinjan el ingreso a la industria?

¿Los nuevos competidores tendrán dificultades para establecer canales adecuados para la distribución de sus productos?

- Identificar la competencia distintiva de la organización:

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

¿En que consiste la singular combinación de ventajas internas que le permite a cada uno de los rivales competir eficazmente?

Quinto Paso: Elaborar posibles escenarios futuros.

- Confeccionar un posible escenario futuro a corto plazo.
- Confeccionar un posible escenario futuro a largo plazo.
- Intercambiar ideas con personas que conocen la situación de uno pero que tampoco están tan cerca como para intervenir directamente en la propia evaluación estratégica es un buen método para evitar errores de interpretación.

Sexto Paso: Formulación de la estrategia.

- Formular una estrategia que prepara una relación para el futuro, basada en la situación actual de la compañía, en los escenarios futuros y orientada a alcanzar las metas.
- Desarrollar varias alternativas estratégicas que sean útiles para conseguir las metas, por lo menos cuatro.
- Tomar conocimiento de algunas estrategias que pueden servir para darse cuenta como se conforman y para tomarlas como referencias al momento de desarrollar las alternativas estratégicas.
- Estrategias Genéricas:
 - De crecimiento
 - De reducción
 - Ofensiva
 - Defensiva
 - Analítica
 - Reactiva

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

- De liderazgo por costo
- De diferenciación
- De concentración (de nicho)

Tratar de determinar que estrategia genérica utilizan los competidores.

Séptimo Paso: Evaluación de las alternativas estratégicas.

- Evaluar y comparar objetivamente las alternativas estratégicas desarrolladas teniendo en cuenta aspectos legales y observando si coincide con la competencia distintiva.
- Revisar las metas con cuidado.
- Analizar pruebas para evaluar la efectividad de la estrategia asignándole calificaciones:
 - Prueba de consistencia con las metas
 - Prueba de marco de referencia
 - Prueba de competencia
 - Prueba de viabilidad
- Elegir la estrategia que obtenga la mayor calificación.
- Retroceder a la formulación estratégica si se encuentra dificultades para elegir una capaz de alcanzar tanto las metas personales como empresariales.

Octavo Paso: Instrumentación de la estrategia.

- Desarrollar planes de instrumentación y subestratégicas que permitan disminuir desventajas y aumentar las ventajas de la estrategia que permite alcanzar los resultados previstos.
- Modificar la conducta de los empleados para que apoyen la implementación.
- Desarrollar programas específicos para la instrumentación de los objetivos.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

- Determinar objetivos específicos, medibles y limitados en el tiempo para el programa de instrumentación.
- Establecer puntos específicos de revisión que permitan determinar si el programa esta procediendo de acuerdo a las fechas fijadas.
- Realizar el desarrollo y la transformación empresarial (estructura, recursos humanos, desarrollo de los empleados y el estilo de liderazgo).
- Acoplar la estructura de la empresa a la nueva estrategia.
- Contar con el equipo humano necesario para el desempeño de todas las funciones involucradas.
- Identificar y desarrollar las capacidades de los empleados que son necesarias para el cumplimiento de el plan estratégico, estimulando este desarrollo.
- Desarrollar un estilo de liderazgo adecuado a la situación.
- Tomar en cuenta que es preciso que los empleados sepan cual es el estilo de liderazgo de jefe, si se cambia de estilo se terminara por confundirlos y perjudicar la moral en general.
- Determinar si las estrategias operativas caminan en función de la estrategia general, y si sirven de apoyo a esta.
- Capacitar y adiestrar al personal para que sea capaz de llevar a cabo la estrategia.
- Conocer con detalle la competencia distintiva, para saber que áreas son las que representan una ventaja y cuales son las áreas débiles que necesitan de acciones correctivas.
- Ver cada estrategia operacional como parte de un conjunto integral.
- Organizar los proyectos para formar con ellos un plan general.
- Elaborar un diagrama de Gannt, estableciendo prioridades , para organizar cronológicamente las actividades de acuerdo a las necesidades y urgencias.
- Ejecutar la instrumentación.

Noveno Paso: Control estratégico.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

- Monitorear tanto el proceso como el producto.
- Establecer un calendario de control en el que queden claramente indicadas las fechas, en el que se evaluarán el grado de avance en el cumplimiento del objetivo.
- Revisar de manera continua todos los aspectos incluidos en el plan estratégicos, considerando la oportunidad de nuevas estrategias en las que no se halla pensado originalmente.
- Revisar sistemáticamente y formalmente cada una de los asuntos involucrados en el producto estratégico periódicamente.
- Corregir las desviaciones que ocurran.
- Consultar a especialistas estratégicos cuando surjan dificultades que lo requieran.

EL TRABAJO POR COORDINACIONES ⁵

COORDINACIÓN GENERAL: es la responsable de que se cumplan los objetivos y metas así como de administrar y ejecutar el evento. La función del coordinador general es dirigir y supervisar que los coordinadores de área y su grupo cumplan con las obligaciones. El coordinador debe preguntar y responder cualquier cuestionamiento, saber qué, cuándo, cómo, por qué y dónde, sobre cualquier detalle relacionado al evento.

En el caso que el coordinador general debe presupuestar su trabajo para un tercero, tendrá en cuenta los siguientes ítems: A) Número de participantes y expositores. B) Número de hoteles y habitaciones requeridas. C) Especificaciones del lugar. D) Fechas y horarios a realizar el evento. E) Programas de trabajo, sociales, culturales, deportivos, artísticos y de acompañantes. F) Necesidades de servicios y de

⁵ Schavarczer, Jack. *Eventos y Exposiciones: una organización exitosa*.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

infraestructura. G) Invitados especiales. H) Antecedentes y estadísticas de eventos anteriores. I) Objetivos perseguidos.

Funciones del coordinador general del evento:

1. Reclutar a los miembros del comité organizador.
2. Definir el nombre del evento, isologotipo y lema.
3. Establecer objetivos y metas.
4. Definir políticas, reglamentos y procedimientos.
5. Planificar, organizar y controlar el evento.
6. Contratar empresas y personal experto en la organización de eventos.
7. Negociar y firmar contratos con clientes y proveedores.
8. Verificar los precios de algunos servicios y productos.
9. Visitar las posibles sedes del evento.
10. Definir métodos de evaluación.
11. Elaborar el presupuesto preeliminar.
12. Definir estrategias de comercialización y difusión.
13. Buscar patrocinadores.
14. Participar en la planificación de la campaña publicitaria.
15. Seleccionar a los medios de comunicación.
16. Diseñar y supervisar el sistema de registros.
17. Diseñar y supervisar el sistema de información.
18. Supervisar el sistema de seguridad.
19. Supervisar el sistema de alimentación.
20. Escoger menú y tipos de servicios.
21. Seleccionar espectáculos y artistas.
22. Definir los programas de trabajo, recreativos y deportivos, culturales y sociales.
23. Definir presidiums. (autoridades que participan en determinados momentos

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

del evento).

24. Vigilar la capacitación del personal.
25. Verificar la lista de seguimiento.
26. Coordinar el cierre del evento.

COORDINACIONES DE ÁREA:

1. **Técnica:** está integrada por especialista en el tema del evento. Coordina los aspectos referidos a la materia del evento.
2. **Administrativa:** se ocupa de los aspectos referidos a personal, organización, adquisiciones, contratación de servicios gastronómicos, evaluación, aspectos jurídicos, etc.
3. **Comercialización y Difusión:** tiene a su cargo la elaboración de las estrategias de mercadotecnia y comunicación general del evento.
4. **Operaciones:** se encarga de la puesta en escena ejecutiva del evento. Tiene a su cargo aspectos tales como contratación de elementos de soportes, escenografía simulacros.
5. **Información y Relaciones Públicas:** se encarga de los aspectos referidos a invitaciones, elaboración de los sistemas de comunicación a utilizar en el evento, atención a invitados especiales, prensa, etc.
6. **Finanzas:** esta coordinación tiene por finalidad conseguir y manejar los recursos financieros que se generen durante el evento.
7. **Soporte:** su finalidad es la soportar el trabajo de la coordinación general en determinadas tareas claves durante el desarrollo del evento.

COORDINACIÓN TÉCNICA. FUNCIONES.

1. Proponer el tema general del evento y la temática de las mesas de trabajo.
2. Planificar, elaborar y difundir el reglamento técnico para la presentación de

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

- ponencias.
3. Seleccionar, invitar, coordinar, programar y atender, la intervención de los ponentes magistrales y de mesas de trabajo.
 4. Coordinar, integrar e instalar los equipos y materiales técnicos.
 5. Proporcionar información técnica a los participantes.
 6. Coordinar e integrar la información y documentos técnicos para su difusión.
 7. Captar, evaluar, aprobar, clasificar, seleccionar y distribuir, las ponencias por temas y mesas de trabajo.
 8. Organizar las mesas de trabajo.
 9. Coordinar la elaboración y recopilación de las conclusiones de cada una de las mesas de trabajo.

COORDINACIÓN ADMINISTRATIVA. FUNCIONES.

1. Determinar e implantar los procedimientos necesarios.
2. Coordinar la obtención de los permisos y licencias.
3. Elaborar el programa general de actividades.
4. Elaborar el programa de actividades de los acompañantes.
5. Elaborar la convocatoria para seleccionar sede.
6. Coordinar la selección y contratación de la sede.
7. Coordinar la selección y contratación del personal necesario.
8. Coordinar el sistema de hospedaje.
9. Coordinar el sistema de registros.
10. Coordinar la elaboración de directorios.
11. Coordinar las adquisiciones y contrataciones.
12. Coordinar la selección y contratación de los medios de transporte.
13. Coordinar la selección de salones o lugares donde se llevarán las actividades de inauguración, clausura, ponencias magistrales, mesas de trabajo y alimentación.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

14. Coordinar el sistema de alimentación.
15. Coordinar la selección de menús.
16. Coordinar la organización del cóctel de bienvenida.
17. Coordinar la realización de la cena-baile de gala.
18. Coordinar la selección y contratación de espectáculos, animadores, etc.
19. Coordinar la contratación de servicios de fotografía, filmación y grabación.
20. Contratar los servicios de agencias de viajes.
21. Coordinar la elaboración, llenado y entrega de reconocimientos.
22. Coordinar la contratación de sistemas de financiación para participantes, anunciantes y visitantes.
23. Coordinar la selección y contratación del servicio de seguros.

COORDINACIÓN DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN. FUNCIONES.

1. Definir las estrategias de mercadotecnia y los programas de promoción, publicidad y difusión del evento.
2. Coordinar la integración de las fuerzas de ventas.
3. Definir el costo de participación del evento.
4. Elaborar la carpeta promocional.
5. Definir los medios de comunicación a utilizar.
6. Organizar y manejar las conferencias de prensa.
7. Supervisar y coordinar la elaboración de spots de radio, anuncios gráficos y comerciales de TV.
8. Programar las entrevistas para radio y televisión.
9. Realizar el seguimiento de la difusión del evento.

COORDINACIÓN DE OPERACIONES. FUNCIONES.

1. Coordinar los recursos humanos y materiales necesarios para eficientar la

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

- operación.
2. Coordinar la selección, operación de los medios de transporte.
 3. Coordinar la obtención y funcionamiento del equipo necesario.
 4. Coordinar la integración de los materiales para las mesas de trabajo.
 5. Coordinar la selección, distribución y colocación de los materiales en general.
 6. Supervisar, coordinar y definir la ubicación de módulos y señalización.
 7. Planificar, integrar y controlar la instalación de los módulos de registro e información.
 8. Coordinar la rotulación y distribución de los documentos en general.
 9. Concertar, proporcionar, y controlar los servicios de carácter general, a las coordinaciones del comité organizador, clientes y participantes.
 10. Definir el tipo y cantidad de escenografía y señalización en los inmuebles sede de actividades.
 11. Diseñar, adquirir, instalar y controlar la escenografía necesaria para las diferentes actividades.
 12. Distribuir materiales de promoción, organización e información antes, durante y después del evento.
 13. Supervisar el montaje del auditorio y de los salones para las mesas de trabajo.
 14. Coordinar el montaje del servicio de guardería.
 15. Coordinar todo lo necesario para proporcionar servicio médico a los participantes.
 16. Coordinar la seguridad.
 17. Coordinar la organización y realización de los simulacros que se deban realizar.
 18. Apoyar en la integración, impresión, comercialización y distribución de la memoria.
 19. Coordinar el centro de operaciones.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

COORDINACIÓN DE INFORMACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS. FUNCIONES.

1. Coordinar la invitación a los diferentes participantes.
2. Atender a los invitados especiales en cada una de las actividades.
3. Coordinar el sistema de información y la ubicación de los módulos.
4. Elaborar las glosas para los maestros de ceremonias/locutores.
5. Atender a los ponentes magistrales y a los de las mesas de trabajos.
6. Coordinar el servicio de edecanes/asistentes.
7. Capacitar al personal de información y edecanes.
8. Coordinar la ubicación física de las promotoras durante las diferentes actividades.
9. Coordinar y realizar la invitación a los diferentes medios de comunicación.
10. Coordinar la intervención de los diferentes medios de comunicación.
11. Entregar a los medios de comunicación información sobre el evento.
12. Supervisar los servicios que se proporcionan e la sala de prensa.
13. Elaborar la memoria del evento.

COORDINACIÓN DE FINANZAS. FUNCIONES.

1. Integrar, elaborar y ejercer el presupuesto general.
2. Coordinar la contabilidad general, la tesorería y las finanzas.
3. Elaborar y controlar el flujo de dinero.
4. Elaborar el presupuesto para montar e evento.
5. Autorizar, programar y realizar el pago a proveedores.
6. Controlar los recursos financieros.
7. Solicitar apoyos financieros.
8. Elaborar el catálogo de cuentas para elaborar el presupuesto de un evento.
9. Presentar el informe financiero.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

COORDINACIÓN DE SOPORTE. FUNCIONES.

Para esta coordinación se contratara una persona con vasta experiencia en el campo del evento que estemos por realizar. Sus principales aportes serán en materia de asesoramiento en aspectos referidos a:

1. Trabajo sobre variables de servicios y prestigio integral del evento.
2. Lugar y sede.
3. Programa de trabajo.
4. Personal.
5. Presupuesto.
6. Características de los módulos.
7. Pabellones.
8. Inventarios.
9. Mobiliarios.
10. Software.
11. Políticas de trabajo.
12. Cierre del evento.

Esta coordinación prestara asistencia técnica general de asesoramiento y control. Tendrá la función de ser la “mano derecha” del coordinador general durante todo el proceso que lleve la realización del evento.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

DESCRIPCIÓN DETALLADA DE FUNCIONES POR COORDINACIÓN.

GENERAL:

Realización y desarrollo del evento:

1. Supervisar el trabajo del comité organizador.
2. Desarrollar sistemas eficientes de coordinación y supervisión.
3. Formar un equipo de trabajo con experiencia y capacidad.

Políticas, reglamentos, programas y procedimientos:

1. Establecerlos, informarlos y coordinarlos.
2. Realizar un reglamento general: en él se norma el desarrollo del evento.
3. Realizar un reglamento técnico: regla las ponencias, mesas de trabajo, condiciones de construcción de un stand, etc.
4. La tarea debe ser realizada en conjunto con los coordinadores de área.

Coordinadores de área:

1. Facilitar los flujos de comunicación.
2. Realizar reuniones periódicas para supervisar avances.
3. Transmitir al equipo seguridad y espíritu de trabajo en equipo.
4. Escuchar sugerencias de los coordinadores.
5. Participar, esporádicamente, en las reuniones de cada comité.
6. Elaborar, al final de cada reunión de coordinadores, el informe de trabajo pendiente.

Sistemas y Procedimientos:

1. Elaborar, en conjunto con el coordinador administrativo, los sistemas y procedimientos.
2. Contratar a personal idóneo para realizarlos, en el caso que sea necesario.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Presupuesto general y flujo de dinero:

1. Controlar, autorizar y verificar el presupuesto y los flujos de dinero.
2. Junto al coordinador de finanzas, establecer las estrategias para manejar los flujos de dinero.

Financiamientos, donativos y patrocinios:

1. Gestionar, en conjunto con finanzas y relaciones públicas, financiamientos, donativos y patrocinios.
2. Es una de las tareas más difíciles en un evento.
3. Los donativos pueden ser en especies o dinero.
4. Relacionado con el trámite, registro y control de los financiamientos.

Sede:

1. Determinar la ciudad e infraestructura necesaria.
2. Determinar la sede y los servicios de hotelería.

Programas de actividades, difusión y trabajo:

1. Aprobar los programas generales y particulares de actividades, trabajo, inauguración y clausura.
2. Los programas permiten medir avances y cumplimiento.
3. En caso de ajuste de programas, debe ser aprobado por el coordinador.

Imagen y mensajes:

1. Aprobar el manejo de imagen y texto a utilizar en medios de comunicación y con el público en general.
2. Coordinar con el responsable de comercialización y difusión la elaboración y utilización de los elementos de imagen y comunicación.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Invitados y ponentes:

1. Definir invitados de honor y especiales, ponentes magistrales y mesas de trabajo.
2. Conjuntamente con el encargado de relaciones públicas, debe supervisar la logística para la invitación, recepción y atención de invitados especiales.
3. Seleccionar invitados en relación a la temática y objetivo del evento.

Medios de comunicación:

1. Definir los medios de comunicación a invitar.
2. Conjuntamente con los coordinadores de relaciones públicas y coordinación, autorizar la lista de los medios invitados y los contenidos de los escritos que se manden.

Presidiums:

1. Definir en conjunto con relaciones públicas los diferentes presidiums necesarios en el evento.
2. Inauguración, clausura, mesas de trabajo y actividades especiales.
3. En los presidiums es necesario contar con referentes de la rama sobre la que versa el evento.

Simulacros:

1. Conjuntamente con el encargado de operaciones, planificar y poner en práctica los simulacros necesarios.
2. Las pruebas nos permiten detectar posibles fallas y definir con anticipación los cambios necesarios.

Capacitación:

1. Conjuntamente con el coordinador de operaciones debe elaborar el programa de capacitación para el comité organizador.
2. Todas las coordinaciones deben participar del temario de capacitación.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

3. Es importante para comenzar a comunicar objetivos, políticas, programas, procedimientos y demás detalles de importancia.

4. Cada coordinador capacitara a su personal a cargo.

Sindicatos:

1. En el caso que sea necesario, se deberán entablar negociaciones con sindicatos.

Seguridad:

2. Coordinar y supervisar la seguridad de los invitados, expositores y participantes.

3. La estrategia, logística y sistema de seguridad, la establecerá en conjunto con el coordinador de operaciones.

Lista de seguimiento:

1. Supervisar que se cumplan los pormenores de cada tarea necesaria.

2. Determinar todos los detalles necesarios en la planificación, organización y realización de un evento.

TÉCNICA.

Esta formada por el personal especialista en el tema del evento. Es la responsable de elaborar las conclusiones del evento, como resultado del análisis de los diferentes temas que se traten.

Tema general y temática de las mesas de trabajo:

De acuerdo tipo de evento, proponer el tema general del mismo.

Considerar factores sociales, económicos y políticos coyunturales del momento.

Definir las mesas de trabajo de acuerdo al tema general del evento.

En las mesas de trabajo se deberá tratar de lograr diferentes posturas sobre el tema.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

El tema y mesa de trabajo debe ser aprobado por coordinación general.

Mesas de Trabajo:

Redactar el reglamento técnico de mesas de trabajo.

Captar, evaluar, aprobar, clasificar, seleccionar y distribuir las exposiciones, en relación al tema.

Distribuir los ponentes en cada mesa de trabajo.

Coordinar la elaboración y recopilación de las conclusiones de cada mesa.

Asignar responsables de cada mesa de trabajo. (Presidente, secretario, moderadores, etc.)

Asignar responsabilidades para recabar elementos que sirvan a la elaboración de conclusiones. (Preguntas, películas, presentaciones, etc).

Dar a difusión, en conjunto con rpp, las conclusiones a los medios de comunicación.

Pasos para organizar una mesa de trabajo:

- 1) Designar un responsable del funcionamiento eficiente de las mesas de trabajo.
- 2) Determinar el número de mesas con base en la temática general, se numeran y se verifica la capacidad de lugares.
- 3) Determinar temas específicos mesas de trabajo.
- 4) Designación de responsables y suplentes de mesa.
- 5) Determinación cupo máximo de participantes.
- 6) Determinar horarios y procesos de registro.
- 7) Determinar número de expositores.
- 9) Elaboración programa específico para cada mesa.
- 10) Se determina, instala y prueba el equipo y material de apoyo necesario.

Reglamento Técnico.

Planificar, elaborar y difundir el reglamento técnico para expositores.

Intervención de expositores.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Seleccionar, invitar, confirmar, coordinar y programar la intervención de expositores magistrales y de mesas de trabajo. (En conjunto con rpp).

Atender el perfil de los invitados con relación al tema del evento.

Honorarios. Ver posibilidades de traer personalidades de acuerdo a la partida destinada a honorarios y viáticos.

Atender al disertante durante su participación.

Establecer de antemano, elementos de soporte, material de apoyo.

Acordar la metodología de preguntas posteriores.

Solicitar el currículum del disertante, aclarando la variable de difusión.

Traductores. (Antes, durante y después).

Equipos y materiales.

Coordinar, integrar y supervisar la instalación de los equipos y materiales técnicos necesarios para las ponencias.

Coordinar esfuerzos con la coordinación de operaciones.

Planificar y ejecutar los simulacros necesarios de su área.

Información técnica:

Proporcionar información técnica a los participantes y medios de comunicación.

La persona responsable debe actualizar el programa diariamente y comunicar los cambios.

Seleccionar el material entregado a los concurrentes. Clasificarlos, seleccionarlo y reproducirlo.

Tener siempre la cantidad de copias necesarias.

ADMINISTRATIVA.

Autorizaciones:

Gestiona ante las autoridades pertinentes los distintos permisos necesarios para el

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

normal desarrollo del evento. (Promotoras, Sadaic).

Programa de actividades:

Definir el estimativo de asistencia, en basé a eventos anteriores o al universo general.

Elaborar programa, para lo cual tiene que poseer el programa de trabajo y el de difusión.

El programa de actividades debe incluir todas las acciones presentes en el eventos: culturales, sociales, comerciales, deportivas, promocionales, etc.

Esté programa es el que se utiliza para la comercialización y difusión.

Elaborar programas alternativos para acompañantes.

Selección de la ciudad sede.

Tiempos: 6 meses para eventos pequeños, 1 año para eventos medianos, 2 a 4 años para eventos magnos.

A tener en cuenta: infraestructura hotelera, vías de comunicación, infraestructura de lugares, recursos humanos y técnicos locales, tarifas, cantidad de habitantes, importancia para l cliente, relación costo – beneficio.

Hotel sede y centro de convenciones.

Contratación hotel, centro de convenciones y distintos salones. Esto es trascendental para el éxito del evento.

Una buena sede permite que las diferentes actividades se desarrollen eficientemente.

Considerar los servicios, categoría e infraestructura ofrecida.

Selección de salones y lugares para la realización de las distintas actividades.

Personal.

Coordinar la selección y contratación del personal, la cual diferirá por el tamaño del

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

evento.

En un evento grande encontramos: Diseñador-decorador / Nutricionista / Especialistas en gestión de procesos informáticos / Edecanes / Promotoras / Publicistas / Comerciales / Fotógrafos / Camarógrafos / Sonidistas / Personal de apoyo administrativo y operativo / Seguridad / Locutores y/o Maestros de Ceremonias / Mozos, Someliers y Cocineros / Mantenimiento (Carpinteros, Electricistas, Pintores, Albañiles, Herreros, Plomeros, técnicos en procesos audiovisuales) / Guías turísticos / Choferes / Espectáculos y grupos de ambientación musical / Profesionales (Médicos, arquitectos, comunicadores, contadores, etc.) / Personal especializado en diferentes áreas (espectáculos, registro, transporte, guardería, etc).

Procedimientos y sistemas.

Coordinar la confección, información e implantación de los diferentes sistemas de procedimientos.

Sistema de alojamiento.

Establecer y coordinar el sistema de alojamiento de organizadores, expositores y asistentes.

Definir con los hoteles los grupos de públicos que se alojaran en cada uno.

Asignar las habitaciones en función de la fecha de llegada, categoría del participante y la disponibilidad de habitaciones.

Generalmente los participantes llegan y parten en bloque.

En el caso de necesidad en cuanto a compartir habitaciones entre desconocidos, fijar políticas y procedimientos para ello.

Sistema de registro

Diseñar y coordinar sistema eficiente de registro.

Atender a las variables de registro anticipado, el día del evento y el registro de

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

asistencia.

Elaborar soportes para la organización y para los asistentes.

Es fundamental para la imagen del evento.

Variables de entrega de soportes, cancelación de registros, etc.

Paquete de materiales para asignar a los asistentes:

- 1) Galletas o gafetes.
- 2) Carpeta.
- 3) Nota de bienvenida.
- 4) Programa de actividades.
- 5) Mapa de la ciudad y de la sede.
- 6) Horario de comidas y refrigerios.
- 7) Papel membretado.
- 8) Bolígrafo.
- 9) Elementos de evaluación.
- 10) Promocionales.
- 11) Entradas para las diferentes actividades.
- 12) Información general.

Sistema de adquisiciones y contrataciones.

Coordinar en conjunto con los coordinadores de área la contratación y adquisición de los productos y servicios necesarios.

Colaborar con finanzas en a contratación de los mismos.

Administración del sistema de transporte:

Coordinar en conjunto con operaciones, la contratación de los medios de transporte de pasajeros y de carga.

Analizar las cantidades de personas y volúmenes de objetos a transportas, en cada actividad, para contratar los medios más eficientes.

En el caso de invitados especiales, tendrá que evaluar junto a rpp, las solicitudes particulares.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Sistema de alimentación.

Coordinar el sistema de alimentación integral del evento.

Contratación de servicios, determinación de menús, supervisar horarios, calidad y cantidad, presentación personal de servicios, supervisar la higiene y la preparación de mesas, lugares y sillas.

Aspectos a tener en cuenta para la selección de menús:

- 1) El presupuesto disponible.
- 2) El tipo e instalaciones de la cocina.
- 3) El perfil de los comensales.
- 4) Programa de actividades.
- 5) El tipo de evento.

Actividades especiales.

Organizar el cóctel de bienvenida, la cena de clausura y actividades especiales que tienen lugar en el evento.

Espectáculos, animadores, ambientadores, servicios de fotografía, grabación y filmación.

Coordinar la selección y contratación de dichos servicios.

Reconocimientos.

Efectuar en conjunto con rrpp la selección de personas a reconocer, los momentos y la adquisición de soportes para realizar dicho reconocimiento.

Tarjetas de ceditos.

Negociar con los plásticos su utilización en el evento.

Seguros.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Selección y contratación.

Agencias de viajes.

Selección y contratación.

COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN.

El responsable del área debe tener amplios conocimientos en comercialización, comunicación y publicidad.

Estrategias de mercadotecnia.

Definir las estrategias de marketing y los programas de promoción, publicidad y difusión.

Objetivos: lograr la asistencia de participantes, las ventas y las utilidades deseadas.

Actividades: definir supuestos del mercado potencial de asistentes, definir estrategias y alternativas, elaborar la proyección de ventas y beneficios; elaborar el presupuesto de gastos e inversiones.

Elaborar las estrategias de medios para realizar la promoción del evento. (Ej. Bahiano)

Pautar la agencia de publicidad.

Considerar el perfil de los posibles clientes.

Definir el presupuesto de medios, para la pauta publicitaria.

Medir las promociones de venta a corto, mediano y largo plazo. Otorgando beneficios a ambas partes.

Diseño y realización de una campaña de difusión en diferentes medios.

Elaborar una lista de personas sea importante para hacerles llegar la información e invitación.

Elaborar una campaña que se identifique con los posibles expositores.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Elaborar una lista completa de posibles participantes.
Mandar invitaciones, vía postal, personalizada.
Diseñar, imprimir y distribuir folletos informativos.
Prever la presentación de videos o multimedia de presentación.
Realizar un lanzamiento de prensa corto, conciso y pertinente.
Elaborar material específico para el lanzamiento de prensa.

Fuerza de Venta.

Seleccionar el conjunto de vendedores.
Establecer criterios necesarios para cubrir la función.
Determinar actividades y procesos.
Capacitar a los vendedores de acuerdo a la filosofía del evento y las necesidades técnicas.

Costo de participación.

Definir junto al coordinador general, al administrativo y al financiero el costo de participación.

Elaborar el folleto promocional (herramienta de venta).

Permite dar a conocer a los posibles participantes información relativa a las diferentes actividades y materiales, que incluye la participación en el evento.
Diferencia entre folleto promocional para asistentes y carpeta de ventas.
Características, funciones y orientación.

Participantes: tema del evento / Objetivos perseguidos / Temática de las mesas de trabajo / Perfil de los participantes / Actividades extras / Forma de registro y pago / Promociones / Tarifas de transportes y hoteles disponibles / Mapa que indique lugares turísticos, culturales, etc / Clima del lugar / Disertantes y expositores principales / solicitud de pre inscripción / políticas de confirmación y cancelación.

Anunciantes: Tipo y características de las instalaciones generales / Tema principal /

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Perfil y capacidad adquisitiva de los asistentes / Propuesta publicitaria / representación de la propuesta / medios publicitarios / Modelo de los soportes a utilizar / Distribución y cantidad de pabellones y módulos / servicios disponibles / Mapa del predio / Expositores de años anteriores y los ya contratados / resultados de años anteriores / contactos comerciales logrados en ediciones anteriores / Antigüedad y periodicidad / Periodo en que está abierta / Horario al público / Horario de expositores / Horarios de eventos especiales / Fechas para montaje y desmontaje de predios / Horarios y fechas de registro / Precios de predios y que incluye / Plan de medios de comunicación / Reglamento de expositores / Sugerencias de proveedores reconocidos en la localidad / Posibilidad de difusión en el predio y sus distintas formas / Privilegio de participación en futuras ediciones.

Catálogo oficial de la exposición.

Elaboración y distribución.

Medios de comunicación.

Definir los medios a utilizar (gráficos, radiales, televisivos y digitales).

Diarios y revistas: definir las notas, públinotas, publicidades, desplegados e insertos a utilizar. Para esto utilizar lo aprendido en agenda de medios.

Radios y televisión: determinar las notas de difusión y los spots en radio y televisión.

Digital: elaboración de página web, banners, e-mail, etc.

Impresos: folletos, carteles, invitaciones, etc.

Conferencias de prensa.

Entrevistas de radio y televisión.

Coordinar y programar las entrevistas en radio y televisión.

Seleccionar los programas de radio y televisión con base en el perfil y nivel socio económico de los participantes potenciales.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

OPERACIONES

Sistema de transporte.

Coordinar la selección y operación de los medios de transporte de pasajeros y carga.

Personas: remises, taxis, limosinas, colectivos, mini buses, etc.

Cargas: motos, camiones, camionetas, auto elevadores, etc.

Colectivos: identificarlo en el parabrisas con el destino, ruta y número / Coordinar las rutas con el contratista y entregarle un cronograma de necesidades. Elaborar un cronograma de frecuencias de servicios, lugares donde abordar y tiempos estimados de demora en cada parada. Determinar un sistema eficiente de acceso a los colectivos.

Equipos y Materiales.

Coordinar lo relativo a la obtención y funcionamiento del equipo y materiales necesarios. Esto es neurálgico para cada coordinación, por lo que las mismas deberán acercar su lista de requerimiento.

Algunas necesidades: Sonido (predio e individual) / Grabadoras / DVD, Videocaseteras y Televisores / Fotocopiadoras / Fax / Internet / Proyector / Pantallas / Computadoras / Impresoras láser / Máquinas de escribir / Teléfonos y celulares / Handies / Equipos de sonidos y micrófonos / traducción simultanea / Generador auxiliar / Material de mantenimiento.

Selección y colocación de materiales.

Coordinar la selección, distribución, y colocación de los diferentes artículos y materiales de trabajo.

Bandos / Personificadotes – Gafetes de mesa / Carpetas / Material impreso / Pases / Reconocimientos para participantes y expositores. (plaquetas, cuadros, certificados, etc)

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Escenografía.

Diseñar, adquirir, distribuir, instalar y controlar la escenografía.

Contratar un diseñador – decorador, que ayude a definir la ambientación de cada espacio.

Sugerir la escenografía / Bienvenida / Inauguración y clausura / Mesas de trabajo / Eventos especiales / Diseño de señalización / Área de registro e información / Distribución de los módulos de registro / Predios de exposición / Auditorios y salones de trabajo / Mobiliario / Fotos-logos-luces- carteles-leyendas-etc.

Sistema de señalización:

Coordinar el sistema de señalización. Colocar estratégicamente letreros, referencias y flechas para orientar al participante. Una buena señalización evita problemas.

Ubicación de los módulos.

Armado de predios y módulos para los expositores de acuerdo a lo comercializado.

Confección e instalación de áreas especiales para la organización: Orientación e información / Recepción / Quejas y reclamos / Registro y entrega de materiales / Servicios administrativos / Servicios médicos.

Servicios.

Brindar los servicios de carácter operativo al resto de las coordinaciones.

Documentos y materiales.

Empaque, rotulación y distribución.

Armado de salones y lugares a utilizar.

Supervisar el armado de todos los salones y lugares a utilizar durante el evento.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Guardería

Coordinar la selección y contratación del servicio de guardería.

Servicio Medico.

Coordinar la selección y contratación del servicio medico.

Sistema de seguridad.

Coordinar todos los servicios de seguridad necesarios en el evento. Anterior / Durante / Posterior / Personas.

Todo personal de seguridad debe conocer:

- 1) El programa y la ubicación de la sede donde se desarrollara el evento.
- 2) Identificar y conocer a los miembros del comité organizador.
- 3) Conocer la ubicación de los módulos de Orientación e información / Recepción / Quejas y reclamos / Registro y entrega de materiales / Servicios administrativos / Servicios médicos.
- 4) Conocer las puertas de emergencia, alarmas y sistemas contra incendios.
- 5) Teléfonos de emergencia.
- 6) Estrategias de evacuación.

Simulacros.

Realizar todos lo simulacros propios y colaborar con los de las otras áreas.

Centro de operaciones.

Coordinar la instalación del centro de operaciones que facilite las tareas al comité organizador, los medios y los expositores.

Funciona como un bunker donde se operativaza el evento durante su desarrollo. Contiene oficinas, recursos, salas de prensa, primeros auxilios y soporte del área operativa.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

RELACIONES PÚBLICAS E INFORMACIÓN.

Sus funciones principales: definir y atender invitados especiales y definir y atender a los actores de prensa.

Invitación a participantes y elaboración de directorios.

Coordinar la invitación de los diferentes participantes y la elaboración de directorios.

Directorio: información general sobre los participantes, invitados especiales, ponentes, asistentes, expositores, medios de comunicación, funcionarios de mesa y comité organizador, para facilitar la coordinación y comunicación antes, durante y después del evento.

Elaborar notas especiales de invitación a invitados especiales.

Enviar y confirmar, con el soporte de coordinación, las notas.

Definir la documentación para cada grupo, establecer rutas y responsables de entrega.

Invitados especiales, ponentes magistrales y de mesa.

Atender a los invitados especiales, nos referimos a todas las actividades necesarias.

Se asignaran responsables de grupos de invitados e invitados destacados.

El personal de rpp es fundamental para la imagen del evento, por lo que se debe contratar personal idóneo y capacitarlo sobre la filosofía de trabajo.

Debe cerciorarse que cada invitado tenga lugares preferenciales en cada actividad.

Corroborar el hospedaje, alimentos y transporte.

Coordinar con operación la existencia del material de apoyo y la preparación del lugar de la presentación.

Sistema de información y comunicaciones.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Implantar y coordinar el sistema de información y comunicación.

Coordinar los módulos de información, acreditación y recepción.

Elegir los lugares de mayor circulación, asignar responsables y personal, capacitar la personal, asignar la documentación y equipo necesario.

Velar por la instalación de módulos en lugares externos al evento para recepción.

Que tener presente: programas de actividades, información sobre actividades adicionales, sistema de registro, directorio de asistentes, políticas de asistencia a cada evento.

Plan de comunicaciones: en determinado eventos hay que realizar una planificación específica sobre los medios y canales de comunicación con los distintos actores.

Algunos ejemplos: organizadores /participantes – coordinadores / coordinadores – coordinadores / miembros del comité organizador – participantes / participantes – participantes / organizadores.

Procesos y herramientas de comunicación. (diversos sistemas de comunicación en un evento).

Prever la cantidad de teléfonos públicos y conexiones públicas a Internet del lugar.

Edecanes / Promotoras.

Proporcionar información sobre el evento / Apoyar la organización interna / Atención en ingresos, salones de trabajo, eventos particulares / Vigilar el servicio de coffe / Formar vallados de honor / Apoyar en emergencias medicas / atender los módulos de registro e información / Repartir material de trabajo / entregar boletines técnicos y de prensa / supervisar que los presidiums tengan vasos, lapiceras, papel, etc / Apoyar a las mesas de disertación / Coordinar el servicio de bebidas para el presidiums / Atender a los invitados especiales / Atender a los periodistas / Colaborar con todas las actividades del evento.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Capacitación de los edecanes y promotoras

- 1- Hacer recorrido físico del lugar.
- 2- Hacer un simulacro de las diferentes actividades donde participen.
- 3- Conocer las responsabilidades por actividad.
- 4- Instrucción sobre entrega de gafetes y materiales a los participantes.
- 5- Horarios y lugares de alimentación.
- 6- Hospedaje.
- 7- Utilización sobre materiales y orientación para proporcionar información general sobre el evento.

Representantes de los medios de prensa.

Coordinar e invitar a los diferentes medios de comunicación.

Selección de los medios / proceso de invitaciones / confirmaciones / lanzamiento de prensa / estrecha relación con comercialización / ver las variables de transporte, hospedaje, etc / selección de personal idóneo para la atención a la prensa y la elaboración de material periodístico.

Herramientas: partes de prensa / carpeta de prensa / elementos multimedia / Discursos de inauguración y clausura / conclusiones del evento / otros discursos o conferencias de interés / la integración de los presidiums / ponencias.

Sala de prensa.

Supervisar los servicios que se proporcionan en la sala de prensa.

Coordinar con el área de operaciones las necesidades de material.

Elementos a disponer: computadoras / fax / fotocopiadoras / grabadoras / impresoras / lapiceras / maquinas de escribir / papel / Internet / líneas telefónicas / teléfonos celulares / maquinas de escribir / televisores / DVD.

Maestro de ceremonias / locutores.

Elaborar los programas y comentarios para los locutores y maestros de ceremonias.

Requisitos: tener experiencia, facultad para la redacción, tacto político y social.

Que no hacer nunca en estos casos? Guión o glosa.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

La selección del maestro de ceremonias es fundamental para la imagen porque puede hacer lucir o no el acto.

Memoria.

Tiene la función de recopilar y seleccionar información para elaborar la memoria del evento.

La memoria es un documento que contiene las vivencias, el intercambio de experiencias, las sugerencias y resultados del evento.

Que debe contener: El objetivo del evento / sede y fechas / comité organizador / programas de trabajo / sociales, culturales y artísticos / acompañantes / conclusiones de las exposiciones comerciales y científicas / resumen de ponencias magistrales y de mesa / fotografías / discursos de inauguración y clausura / conclusiones / listado completo de participantes. (se debe respetar el orden cronológico de los hechos)

A tener presente: formato / diseño / orden de documentos / cantidad / calidad.

FINANZAS.

Tiene por finalidad conseguir y manejar los recursos financieros que se generen durante el evento. **Realizar un evento si recursos suficientes requiere de grandes cuotas de imaginación y creatividad para conseguir fondos.**

Presupuesto general.

Integrar las necesidades presupuestales y financieras de cada una de las coordinaciones.

Controlar la operación presupuestal y financiera de cada actividad.

El control se realiza en cuatro etapas: establecimiento de criterios de comparación / operación del control / interpretación de resultados / toma de decisiones.

Elaborar un presupuesto de ingresos y egresos. Solicitar comprobantes fiscales,

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

listado de proveedores y recibos. Presupuesto general y desagregado.

Ingresos y egresos.

Planificar, distribuir y controlar los ingresos así como autorizar, programar y efectuar el pago a proveedores.

Elaborar una previsión de ingresos por inscripción. Ser precavidos aquí.

Elaborar el plan de pagos a los proveedores en basé al estudio de ingresos.

Manejar una caja chica para elementos menores.

Realizar arqueos de caja diario.

Toda erogación debe ser autorizada por finanzas y si es muy elevada por el coordinador general.

Catálogos de cuentas / listado de necesidades.

Listado de elementos necesarios para realizar un evento, desagregados en ejes temáticos.

Contabilidad y tesorería.

Buscar el asesoramiento de un contador. Coordinar y controlar los movimientos de efectivo y bancarios.

Elaborar los soportes necesarios y requeridos para establecer los trabajos de acuerdo a las necesidades de la ley fiscal.

Elaborar y presentar informes contables y financieros ante, durante y después del evento.

Flujos de dinero.

El sistema de flujo sirve para controlar y administrar los canales de ingreso y egreso del dinero.

Coordinar los flujos de dinero nos permite ir cumpliendo con las diferentes erogaciones necesarias para el evento.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Punto de equilibrio.

Determinar el punto de equilibrio del evento. Para esto es necesario pronosticar los ingresos, calcular los egresos fijos y variables.

Este indicador es la clave para la toma de decisiones antes y durante el evento, ya que nos permite conocer en qué nivel de ventas y gastos no se pierde dinero.

La utilidad esperada la analizamos con relación a los objetivos financieros propuestos y el punto de equilibrio.

Tener presente que hay eventos que no tienen finalidad de lucro.

Donativos, patrocinios y apoyos.

Delimitar el plan de búsqueda de las diferentes variables con acuerdo de coordinación general y coordinación comercial.

Informe financiero.

Elaborar el informe financiero del evento. Que debe contener?

Deben ser claros, concretos y sencillos. Recordar que los deben tener que poder leer todos.

Se debe presentar copia de los resultados a organizadores y accionistas / finalistas.

SOPORTE.

Brinda asesoramiento y soporte de gestión sobre los elementos neurálgicos de un evento.

Su acción se centra en el asesoramiento integral, pero poniendo especial énfasis en las siguientes áreas.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

- Objetivos.
- Características distintivas del evento.
- Administración.
- Organización
- Ventas
- Evaluación.

EVALUACIÓN Y CONTROL.

Entendemos como evaluación al proceso final de análisis que se realiza sobre un evento – acción de comunicación-, con el objeto de observar el grado de cumplimiento entre los objetivos propuestos y los realmente alcanzados.

En tanto el control es aquel proceso continuo que nos permite medir el cumplimiento del plan a lo largo de su desarrollo. Su fortaleza principal radica en la capacidad de hacer visibles los corrimientos que se producen en la planificación original y en su capacidad de facilitar la corrección de errores.

Podemos definir a la investigación científica como “la actividad que nos permite obtener un conocimiento científico, es decir, un conocimiento que procura ser objetivo, sistemático, claro, orgánico y general, respecto a ciertos elementos de la realidad.”⁶

La investigación, control y evaluación en la organización de eventos, nos permitirá:

- Conocer información acerca de las actitudes y opiniones de los públicos.
- Obtener información objetiva para la programación.

⁶ Carlos Sabino. “El Proceso de Investigación”.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

- Acrecentar la eficacia de la comunicación.
- Optimizar resultados.
- Corregir falencias.
- Trabajar metódica y ordenadamente.
- Corregir objetivos.

Todo proceso de investigación-evaluación cuenta con cuatro fases:

- 1) *Investigación-diseño*: se trata de proceso en el cual se analizan las dimensiones, variables e indicadores de estudio. Una vez concluido ello, se procede a la elección de la técnica de investigación, selección de la muestra y confección de la herramienta.
- 2) *Toma de la muestra*: supone la aplicación de la herramienta confeccionada sobre la muestra seleccionada.
- 3) *Análisis de resultados*: etapa en la cual se procesan los resultados obtenidos y se elaboran conclusiones.
- 4) *Toma de decisiones*: con los resultados y conclusiones obtenidos, se procede a decidir sobre la situación que disparo el estudio.

Dimensiones – Variables – Indicadores.

Dimensión: se refiere al conjunto de elementos macro a evaluar dentro de una categoría. Ej: Proceso de invitaciones.

Variable: supone el estudio de los elementos *trascendentes y relevantes*, desagregados de ese conjunto macro planteado en la dimensión. Ej: Nivel de los asistentes.

Indicador: se trata del elemento final que produce la “bajada” de nuestra variable a

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

un elemento susceptible de medición, que se traducirá en una pregunta en nuestra herramienta de recolección de datos. Ej: Ocupación y nivel social de los asistentes.

A continuación presentamos otro ejemplo que permite visualizar la secuencia:

<i>Dimensión</i>	<i>Variable</i>	<i>Indicador</i>
Asistencia.	Satisfacción de los asistentes.	Grado y calidad de la satisfacción.

Muestreo.

Todo proceso de evaluación e investigación necesita de una masa crítica sobre la cual operar. A continuación presentamos algunos conceptos que nos permiten definir y determinar dicha masa.

Universo, población o colectivo: constituye la totalidad del conjunto que se desea investigar y de la cual estudiará una fracción (la muestra) que se pretende que reúna las mismas características y en igual proporción.

Muestra: parte o fracción representativa de un conjunto de población, universo o colectivo, cuya característica debe reproducir lo más exactamente posible.

Unidad de muestra: está constituido por uno o varios de los elementos de la población en las que se subdivide la base de muestra.

Tipos de Estudios.

Estudios cualitativos: son aquellos que nos permiten identificar atributos, cualidades, adjetivos, etc. Sobre nuestra acción de comunicación. Generalmente surgen del cruce de resultados de preguntas abiertas con cerradas. Son mucho más

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

difíciles de tabular que las variantes cuantitativas, pero su importancia es infinitamente mayor. Su método de graficación es variado, yendo desde un simple esquema de barras a un grillado o “tela de araña” de variables.

Estudios cuantitativos: son aquellos que nos permiten medir en cantidades los resultados. Su resultado se obtiene de la aplicación de preguntas cerradas. La forma más común de graficarlo es con esquemas de torta. Ej: 84% de los participantes manifestó estar de acuerdo con la temática desarrollada en el curso del evento.

Métodos de Evaluación.

La Observación.

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.

Existen dos clases de observación: la observación no científica y la observación científica. La diferencia básica entre una y otra está en la intencionalidad: observar científicamente significa observar con un objetivo claro, definido y preciso. El investigador sabe qué es lo que desea observar y para qué quiere hacerlo, lo cual implica que debe preparar cuidadosamente la observación.

Observar no científicamente significa observar sin intención, sin objetivo definido y por tanto, sin preparación previa.

La Entrevista.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Es una técnica utilizada para obtener datos que consiste en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de éste, que es por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación. La entrevista constituye una técnica indispensable porque permite obtener datos que de otro modo serían muy difíciles conseguir.

Empleo de la Entrevista:

- Cuando se considera necesario que exista interacción y diálogo entre el investigador y la persona.
- Cuando la población o universo es pequeño y manejable.

La Encuesta.

La encuesta es una técnica destinada a recolectar datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario.

Es impersonal porque el cuestionario no lleve el nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, ya que no interesan esos datos.

Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas.

El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación y, sobre todo, considerando el nivel de educación de las personas que se van a responder el cuestionario.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Tipos de preguntas que pueden plantearse:

1. *Abiertas*: el encuestado puede expresarse en la respuesta.
2. *Cerradas*: se contesta mediante un grillado pre definido por el investigador.
3. *Mixtas*: generalmente se trata de preguntas que contienen un grillado y una sub pregunta abierta de control.

Grillado evaluativo.

Supone la confección de una escala auto administrada, por el organizador o una especialista en el tema, quien asigne flujos valorativos a cada actividad desarrollada

Paneles de control.

Cuadro general de comando por coordinaciones y tareas que el organizador de eventos utiliza como un medio de soporte para controlar los tiempos y ejecución de tareas por parte de cada coordinación de área.

Lista de seguimiento.

Se trabaja sobre ejes temáticos. Se elabora un listado cronológico de todas las tareas a realizar, por ejemplo en un circuito de invitaciones, y se procede a su control de cumplimiento. Se trata de una versión primaria del diagrama de flujos o Gantt.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DIAGRAMA DE GANTT.

Diagrama de Gantt – Características

Pág. 5

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Cada actividad se representa mediante un bloque rectangular cuya longitud indica su duración; la altura carece de significado.

La posición de cada bloque en el diagrama indica los instantes de inicio y finalización de las tareas a que corresponden.

Los bloques correspondientes a tareas del camino crítico acostumbra a rellenarse en otro color (en el caso del ejemplo, en rojo).

Tarea	Predec.	Duración
A	-	2
B	A	3
C	-	2
D	C	3
E	DII+1	2
F	BFI-1	3
G	D, E, F	3
H	GFF	2

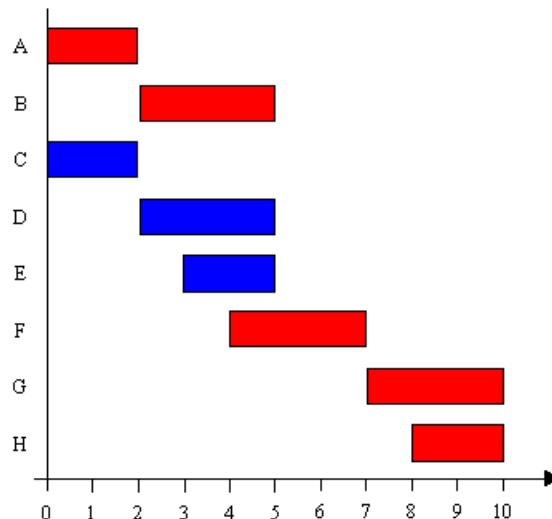


Diagrama de Gantt - Método constructivo.

Para construir un diagrama de Gantt se han de seguir los siguientes pasos:

Dibujar los ejes horizontal y vertical.

Escribir los nombres de las tareas sobre el eje vertical.

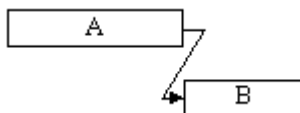
PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

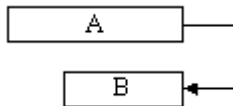
En primer lugar se dibujan los bloques correspondientes a las tareas que no tienen predecesoras. Se sitúan de manera que el lado izquierdo de los bloques coincida con el instante cero del proyecto (su inicio).

A continuación, se dibujan los bloques correspondientes a las tareas que sólo dependen de las tareas ya introducidas en el diagrama. Se repite este punto hasta haber dibujado todas las tareas. En este proceso se han de tener en cuenta las consideraciones siguientes:

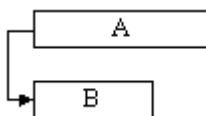
- Las dependencias fin-inicio se representan alineando el final del bloque de la tarea predecesora con el inicio del bloque de la tarea dependiente.



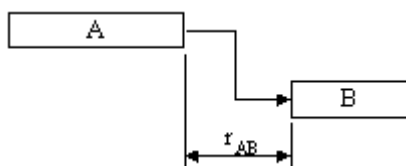
- Las dependencias final-final se representan alineando los finales de los bloques de las tareas predecesora y dependiente.



- Las dependencias inicio-inicio se representan alineando los inicios de los bloques de las tareas predecesora y dependiente.



- Los retardos se representan desplazando la tarea dependiente hacia la derecha en el caso de retardos positivos y hacia la izquierda en el caso de retardos negativos.



PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

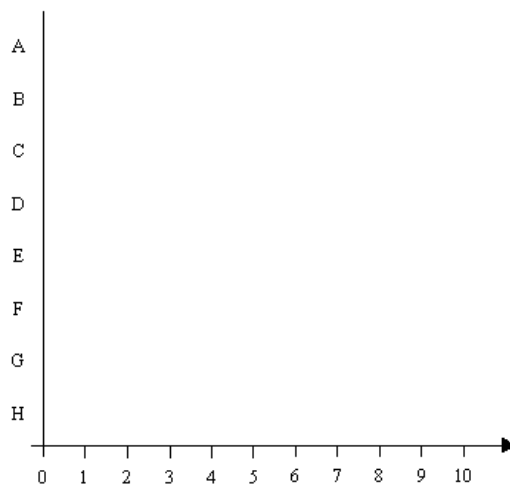
Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

El diagrama de Gantt es un diagrama representativo, que permite visualizar fácilmente la distribución temporal del proyecto, pero es poco adecuado para la realización de cálculos.

Por la forma en que se construye, muestra directamente los inicios y finales mínimos de cada tarea.

Construcción

El primer paso en la creación de un diagrama de Gantt es dibujar el eje de tiempos, horizontal, y el eje de tareas, vertical. En el primero se representa la escala de tiempos del proyecto y en el segundo se disponen los nombres de las tareas.

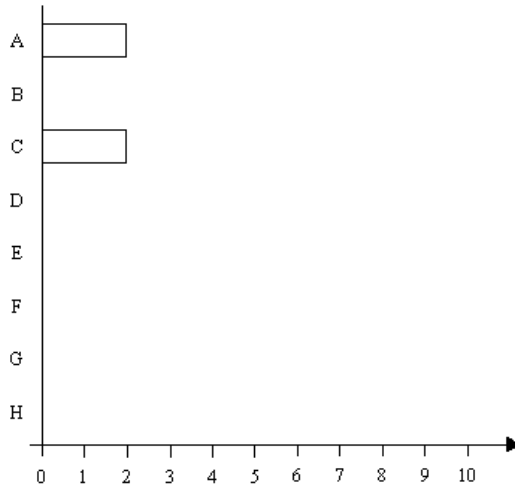


A continuación, cada tarea cuyo inicio o finalización no dependa de ninguna otra tarea se representa mediante un rectángulo de altura arbitraria y longitud equivalente a su duración. Dichos rectángulos deben tener su origen en el punto o del eje de tiempos, y estar a la altura que les corresponda en el eje de tareas.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

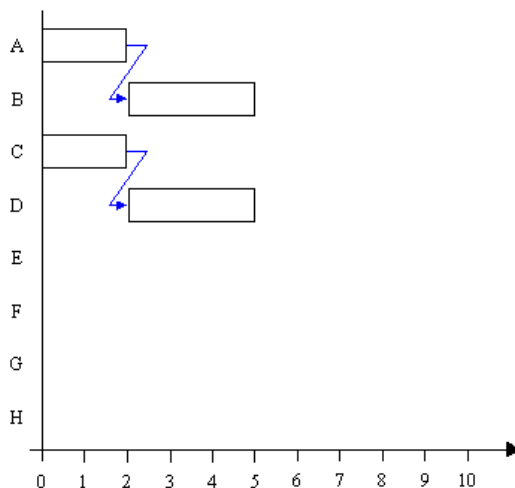
Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Tarea	Predec.	Duración
A	-	2
B	A	3
C	-	2
D	C	3
E	DII+1	2
F	BFI-1	3
G	D, E, F	3
H	GFF	2



Seguidamente, se han de buscar todas las tareas que tienen como predecesoras a las ya introducidas en el diagrama. En el caso de las relaciones fin-inicio, como en las tareas B y D, los rectángulos que las representan deben tener su origen en la vertical del final de las tareas de las que dependen.

Tarea	Predec.	Duración
A	-	2
B	A	3
C	-	2
D	C	3
E	DII+1	2
F	BFI-1	3
G	D, E, F	3
H	GFF	2



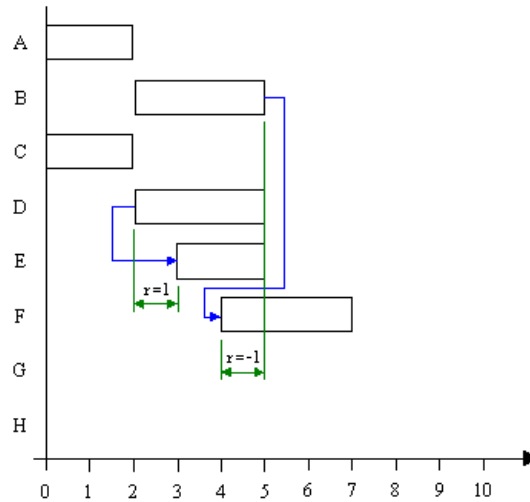
Continuamos el proceso para cada tarea que tenga como única predecesora alguna de las ya dibujadas en el gráfico. Obsérvese que el inicio de E depende del inicio de D con retardo, por lo que se han de alinear los inicios de ambas tareas y desplazar E a

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

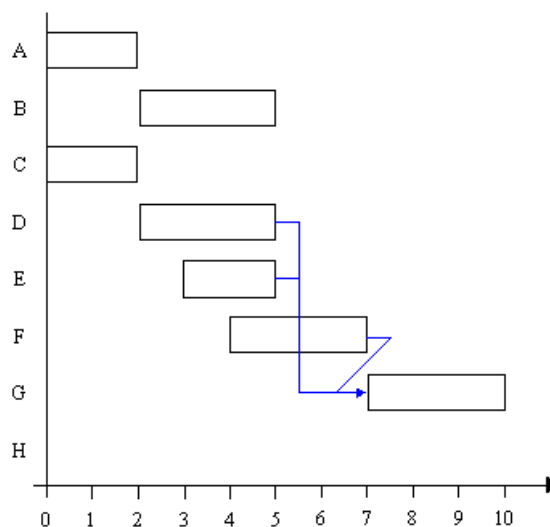
la derecha para introducir el retardo correspondiente. En el caso de F la relación es fin-inicio y el retardo negativo, por lo que F se debe desplazar hacia la izquierda.

Tarea	Predec.	Duración
A	-	2
B	A	3
C	-	2
D	C	3
E	DII+1	2
F	BFI-1	3
G	D, E, F	3
H	GFF	2



En este paso estamos en condiciones de añadir la tarea G, que depende de D, E y F. Para ubicarla en el gráfico se deben tomar en cuenta cada una de las dependencias, y situarla según la dependencia más restrictiva, esto es, la que posicione a G más a la derecha.

Tarea	Predec.	Duración
A	-	2
B	A	3
C	-	2
D	C	3
E	DII+1	2
F	BFI-1	3
G	D, E, F	3
H	GFF	2

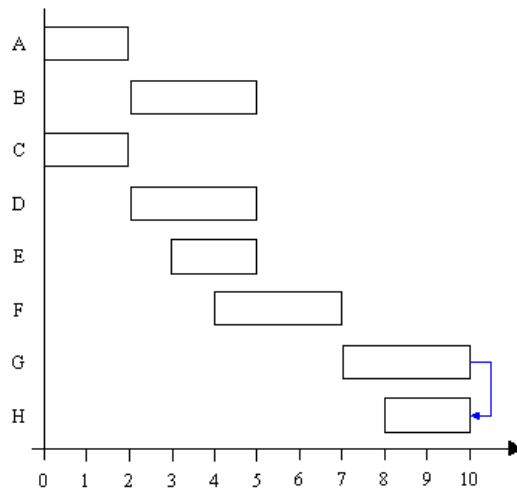


PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

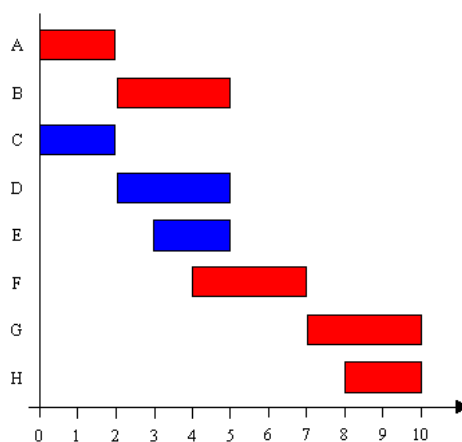
Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Por último, se añade la tarea H, que presenta una dependencia final-final con la tarea G. Las relaciones final-final se representan alineando los finales de las tareas, como se indica en el diagrama.

Tarea	Predec.	Duración
A	-	2
B	A	3
C	-	2
D	C	3
E	DII+1	2
F	BFI-1	3
G	D, E, F	3
H	GFF	2



Finalmente, una vez realizados los cálculos del proyecto utilizando un sistema adecuado, como el diagrama PERT o el Roy, resulta conveniente destacar con un color distinto las tareas con margen total 0, para poder identificar con facilidad los caminos críticos.



PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LOS GRÁFICOS DE GANTT.

La ventaja principal del gráfico de Gantt radica en que su trazado requiere un nivel mínimo de planificación, es decir, es necesario que haya un plan que ha de representarse en forma de gráfico.

Los gráficos de Gantt se revelan muy eficaces en las etapas iniciales de la planificación. Sin embargo, después de iniciada la ejecución de la actividad y cuando comienza a efectuarse modificaciones, el gráfico tiende a volverse confuso. Por eso se utiliza mucho la representación gráfica del plan, en tanto que los ajustes (replanificación) requieren por lo general de la formulación de un nuevo gráfico. Para superar esa deficiencia se crearon dispositivos mecánicos, tales como cuadros magnéticos, fichas, cuerdas, etc., que permite una mayor flexibilidad en las actualizaciones. Aún en términos de planificación, existe todavía una limitación bastante grande en lo que se refiere a la representación de planes de cierta complejidad. El Gráfico de Gantt no ofrece condiciones para el análisis de opciones, ni toma en cuenta factores como el costo. Es fundamentalmente una técnica de pruebas y errores.

No permite, tampoco, la visualización de la relación entre las actividades cuando el número de éstas es grande.

En resumen, para la planificación de actividades relativamente simples, el gráfico de Gantt representa un instrumento de bajo costo y extrema simplicidad en su utilización. Para proyectos complejos, sus limitaciones son bastantes serias, y fueron éstas las que llevaron a ensayos que dieron como resultado el desarrollo del CPM, el PERT y otras técnicas conexas. Estas técnicas introdujeron nuevos conceptos que, asociados más tarde a los de los gráficos de Gantt, dieron origen a las denominadas “redes-cronogramas”.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

Gráfico de Gantt para seguir la marcha de las actividades:

En este tipo de gráfico se usa el eje vertical para representar actividades, en tanto que los recursos aplicados a cada uno indican, por medio de claves, sobre la línea que representan la duración de la actividad. Consiste, por lo tanto, en una inversión del caso anterior. El eje horizontal permanece como registro de escala de tiempo.

Gráfico de Gantt para el control de la carga de trabajo:

Este gráfico es semejante al de la distribución de actividad que tiene por objeto proporcionar el administrador una posición de carga total de trabajo aplicada a cada recurso. Indica el periodo durante el cual el recurso estará disponible para el trabajo (representado por una línea fina) y la carga total de trabajo asignada a este recurso (representado por una línea gruesa).

Técnicas de Programación:

Las técnicas de planificación se ocupan de estructurar las tareas a realizar dentro del proyecto, definiendo la duración y el orden de ejecución de las mismas, mientras que las técnicas de **programación** tratan de ordenar las actividades de forma que se puedan identificar las relaciones temporales lógicas entre ellas, determinando el calendario o los instantes de tiempo en que debe realizarse cada una. La programación debe ser coherente con los objetivos perseguidos y respetar las restricciones existentes (recursos, costes, cargas de trabajo, etc...).

La programación consiste por lo tanto en fijar, de modo aproximado, los instantes de inicio y terminación de cada actividad. Algunas actividades pueden tener holgura y otras son las actividades críticas (fijas en el tiempo).

PASOS:

Construir un diagrama de tiempos (instantes de comienzo y holgura de las

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

actividades).

Establecer los tiempos de cada actividad.

Analizar los costes del proyecto y ajustar las holguras (proyecto de coste mínimo).

RESULTADOS:

Disponer de un diagrama de tiempos.

Conocer actividades críticas y determinar la necesidad de recursos.

Para comenzar la programación, se ha de partir de los siguientes datos:

- Diagrama de red del proyecto (PDM, ADM...);
- Estimación de duración de actividades;
- Recursos asignados a las actividades;
- Calendarios de recursos para actividades;
- Limitaciones, como fechas fijas para resultados o fases del proyecto.

Según los resultados que deseemos conocer, podemos hacer uso de unas determinadas herramientas o de otras. En el siguiente cuadro se muestran todas ellas, que pasamos a comentar a continuación:

		ESCALA TEMPORAL	
		NO	SI
REPRESENTACIÓN DE DEPENDENCIAS	NO	Lista de Tareas Lista de Hitos	Gráfico de Barras (Gantt) Gráfico de Hitos
	SI	Diagramas de Red <ul style="list-style-type: none">•PERT (Eventos-nodo)•PDM (Actividad-nodo)•ADM (Actividad-flecha)	Diagrama de tiempos con vínculos de interdependencia entre tareas

ESCALA TEMPORAL **SI** - DEPENDENCIAS **NO**

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Trabajo compilado por el Lic Guillermo José Pedrotti

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes consultadas:

Cavatorta, Miguel. **TEORÍA Y PRÁCTICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES.** IES Siglo21. Copiar. 2001.

García Pelayo y Gross, Ramón. **DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO LAROUSSE.** Editorial Larousse. 1996.

Illecas, Washington. **COMO PLANEAR LAS RELACIONES PÚBLICAS.** Ediciones Macchi. 1995.

Jijena Sánchez, Rosario. **ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.** Ugerman. 2001.

Maristany, Jaime. **ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS.** Prentice Hall. 2000.

Martínez, Ricardo y Suárez, Guillermo. **ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.** IES Siglo21. Copiar. 2002.

Muriel, María Rosa y Rota, Gilda. **COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: ENFOQUE SOCIAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.** Edición Andina. 1980.

Pereira Parodi, Julio Cesar. **LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL MUNDO ACTUAL.** Copiar. 1994.

Schavarczer, Jack. **EVENTOS Y EXPOSICIONES: UNA ORGANIZACIÓN EXITOSA.** McGraw-Hill.

Taricco, José Luis. **RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES APLICADAS.** IES Siglo21. Copiar. 2002.

Trabajos y Publicaciones:

Beltramino, Hernán. **CONSEJOS Y SUGERENCIAS SOBRE EL PROCESO DE LA ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA.**

De Bonis, Germán. **CURSO DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.**

Di Genova, Antonio. **¿QUÉ TIENE DE EVENTUAL UN EVENTO?**

Di Genova, Antonio. **LOS EVENTOS COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN.**

Pedrotti, Guillermo José. **SEMINARIO FINAL DE RELACIONES PÚBLICAS.**

Web – Site: www.rppnet.com.ar // www.redrpp.com.ar // www.eventoevento.com.ar