E-BOOK
Cómo organizar un evento

Escoge tú mismo las herramientas que necesitas para brindarle una experiencia a tu audiencia

PLATAFORMA

Índice

Introducción

1. Introducción a la organización de eventos
2. Etapas de la organización de un evento
3. Transformación digital
4. Casos de éxito
5. Herramientas

INTRODUCCIÓN A LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Introducción

La planificación de un evento, requiere meses de trabajo y un equipo de profesionales que se encargue de diseñar y organizar todos los aspectos que se derivan del mismo. Este proceso demanda de una importante clasificación de las tareas y asignación de roles para cada uno de los integrantes del equipo.

En el presente documento se plantean los aspectos generales de la organización de un evento, las fases de ejecución y algunas herramientas tecnológicas que se incorporaron con éxito a raíz de la trasformación digital que surgió como efecto de la pandemia.

La logística y operación de eventos es una labor que requiere de mucha atención en los detalles, para que cada servicio engrane con el otro, para lograr brindar un mensaje y una experiencia para los invitados.

No importa si es un evento corporativo, académico, social o de entretenimiento la metodología expuesta a continuación puede ser aplicada en cualquiera de ellos, claro está, que es importante resaltar que algunos de los pasos se pueden suprimir de acuerdo con la envergadura del evento.

1.

Introducción a la organización de eventos

Que es la industria MICE

"MICE es la abreviación de Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exhibiciones por sus siglas en inglés. Más conocida como Industria de Turismo de Negocios y Eventos.

El turismo MICE se define como un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales, de ocio, profesionales o asociativas a través de la realización de negocios, congresos, convenciones, viajes de incentivo y otras reuniones similares a estas como por ejemplo, jornadas, presentaciones de producto, conferencias, simposios, foros, seminarios, cursos etc., convocados con diferentes propósitos y magnitudes" [1]

1 Roció Sarmiento, Turismo de Reuniones In slideshare

Que es la organización de eventos

"Evento es todo acontecimiento previamente organizado que reúne a un determinado número de personas en tiempo y lugar preestablecidos, que desarrollarán y compartirán una serie de actividades afines a un mismo objetivo para estímulo del comercio, la industria, el intercambio social y la cultura general."[1]

Clasificación de los eventos

Hay diferentes tipos de eventos, algunos en los que podemos dar rienda suelta a la creatividad y otros en los que debemos cumplir requerimientos de un cliente que exige una formalidad determinada, ya sea por su carácter científico o solicitud expresa del organizador

Clasificación

- Culturales
- Sociales
- Comerciales
- Deportivos
- Académicos
- Tecnológicos
- Políticos
- Científicos
- Recreativos

Sectores

- Público
- Privado

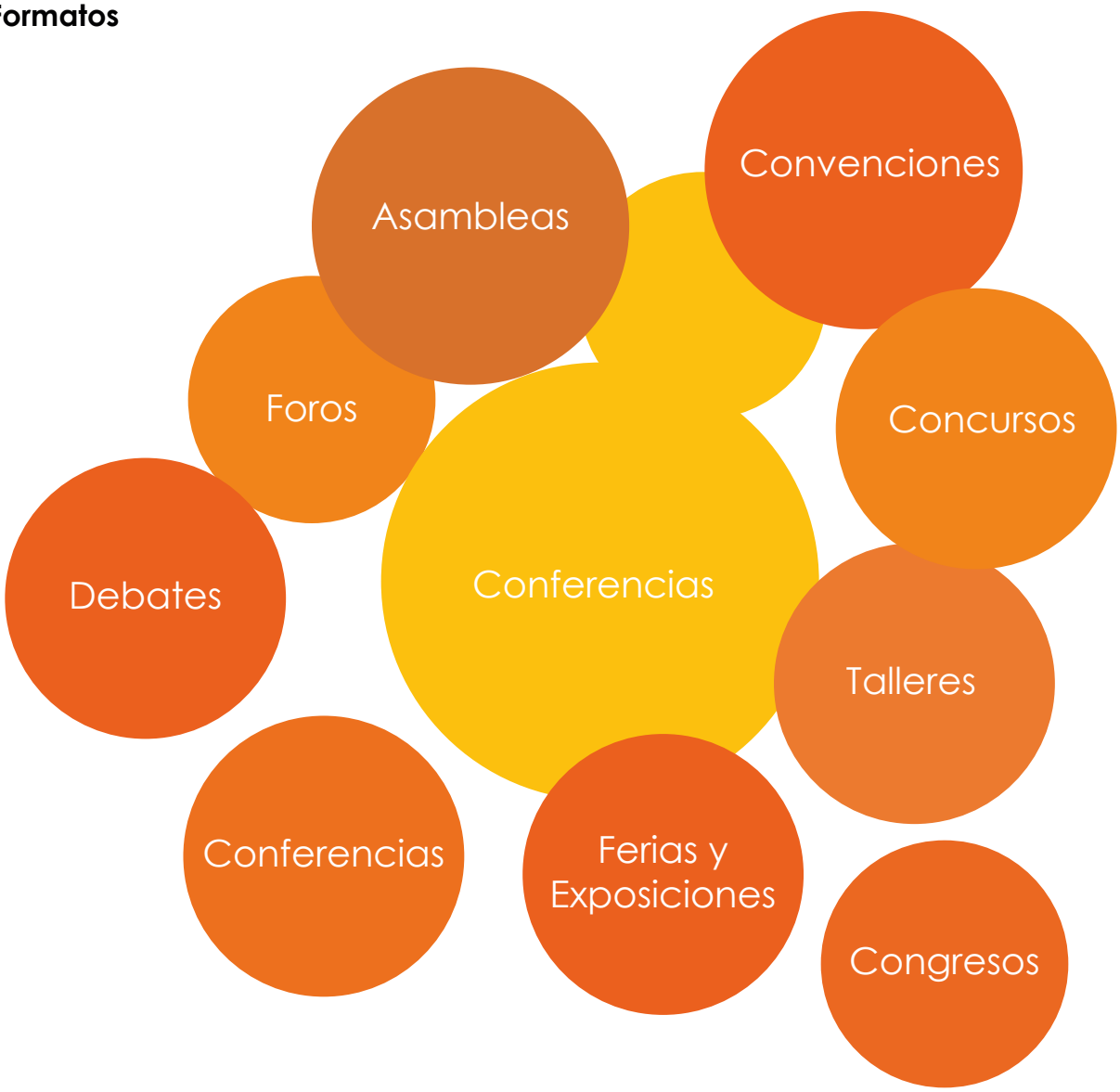
es posible que el sector privado brinde mayor flexibilidad a la hora de desarrollar el evento, mientras en el sector público, la mayoría de las veces son más estrictos y estructurados a través de licitaciones que ya tiene definido su concepto creativo y estructural.

Alcance

- Local
- Nacional
- Regional
- Internacional

1 Jijena, R (2014) Como organizar eventos con éxito. - 2a ed Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Formatos


Asambleas
Convenciones
Foros
Concursos
Debates
Conferencias
Talleres
Conferencias
Ferias y Exposiciones
Congresos

ETAPAS DEL EVENTO

2.

Etapas del evento

Preproducción

Comité organizador

como punto de partida, es esencial establecer el comité organizador, pues es un factor primordial para el éxito del evento, ya que, de su coordinación depende el éxito del evento.

Este comité debe planear todos los detalles con anticipación y cada equipo deberá enfocarse en llevar a cabo su objetivo a fin de lograr que la reunión se lleve a cabo sin problemas o contratiempos.

El comité se debe establecer de acuerdo al evento u organización, sin embargo, algunos roles son:

- **Presidencia:** es ocupado por los más altos ejecutivos de la empresa. Atiende las decisiones respecto a la integración de su equipo de trabajo.
- **Comité de finanzas:** manejará todo el aspecto económico.
- **Comité de programa:** se encarga de organizar e informar las actividades que se llevarán a cabo, prepara el cronograma de las actividades, escoge la temática a tratar y las actividades a realizar, selecciona los ponentes y conferencistas, selecciona coordinadores de actividades, entrega las ponencias y trabajos al comité organizador dentro del plazo establecido para su reproducción y exposición. Fija fechas de reuniones y se encarga de elaborar el minuto a minuto.

- **Comité de publicidad y relaciones públicas:** su objetivo es promover la asistencia y difusión del evento tanto en el lugar de origen. Establecer relaciones con periodistas, medios e invitados estratégicos.

- **Comité de alojamiento:** selecciona opciones de alojamiento e información turística del destino de la reunión.

- **Comité de registro:** se encarga de diseñar la invitación, coordinar el registro de los participantes, el ingreso al evento y la entrega de material publicitario.

- **Comité de recepción y hospitalidad:** su papel será el de anfitrión, su labor es recibir a los invitados especiales y brinda toda la información acerca del evento.

- **Comité de exposición:** realizará la respectiva gestión para reservar los espacios requeridos para las exhibiciones y entregar la información de los detalles a los expositores.

- **Comité de servicios generales:** Se encarga de hacer las reservas de los espacios del salón de los eventos, las ayudas audiovisuales y el material de multimedia.

- **Comité de seguridad:** Vela por la seguridad tanto de los invitados especiales como de los participantes, constatando que se cuente con un sistema de prevención de incendios, ambulancia, primeros auxilios y demás.

- **Alimentos y bebidas:** selecciona los menús del evento (desayunos, almuerzos, cenas y refrigerios, entre otros.) y coordina los horarios para la alimentación de los invitados y el equipo.

Definir los objetivos del evento

Este es quizás el aspecto más importante de la planeación del evento, ya que de él dependen las demás decisiones que se tomen, y finalmente cumplir con el objetivo del evento , ya se comercial, académico, de entretenimiento etc…

Establecer el público objetivo

Tener claridad en el objetivo, va a permitir definir el público al que va dirigida la información, y muy seguramente la fecha y lugar.

Por ejemplo, si es un evento académico se puede hacer un lunes o martes; mientras que si es un coctel de lanzamiento, se podrá hacer en horas de la tarde un jueves o viernes.

Elaboración del brief

Aquí, debemos hacer la salvedad de que este es uno de los puntos de inflexión más importante para avanzar en la organización del evento. En este documento se condensa toda la información sobre: el sector al que pertenece la empresa, el objetivo, el alcance, entre otros datos importantes de la empresa o el organizador.
Con el briefing se pretende llegar a saber cuál es el problema, los objetivos que se quieren conseguir y la meta a alcanzar del cliente; y así saber qué acciones llevar a cabo.

No existe un briefing común para todos los sectores y clientes, sino que la información que necesitemos recopilar cambiará en función de si es un briefing publicitario, un briefing de diseño, etc. Además, será distinto en función de si tratamos con un autónomo, una PYME o una gran empresa; así como del mercado al que va dirigido. Este documento debe ser un docuemento breve y conciso, directo y con información relevante.

Crear cronograma de actividades

Es importante determinar las fechas de reuniones de seguimiento y las fechas de cumplimiento de las responsabilidades de cada equipo del comité. Como concretar el lugar, concretar pul de conferencistas, fechas de entrevistas, elaboración del minuto a minuto.

Realizar presupuesto y fuentes de financiamiento

Esto se puede construir como punto de partida o después del breaf y el cronograma

Establecer los recursos, y medios audiovisuales

Aquí ya llegamos a aspectos más tangibles como la puesta en escena, la elección de los insumos tecnológicos, el cáterin, la decoración, las personas del protocolo etc…

Negociación, proveedores y servicios

Esto es resultado del punto anterior

Relaciones públicas y Convocatoria o difusión

Esta responsabilidad recae sobre el área de relaciones públicas o comunicaciones, que, dependiendo del público, el presupuesto y los objetivos se encargara de difundir la información .

Producción

Desarrollo del evento

Finalmente, el gran día y el desarrollo del evento debe ejecutarce con todo lo planeado, en el que hay tres aspectos importantes que resumen toda la puesta en marcha.

- **La importancia del productor:** el rol del productor es un aspecto coyuntural, ya que es quien está al frente de todo. Esta persona además de ser el líder, es la persona capaz de tomar decisiones frente a cualquier error o medida de contingencia que se requiera tomar.

  En otras palabras, esta persona tiene una vista general de todo el evento, conoce a todas las personas del comité y su función dentro de la planeación del evento, de tal forma que, aunque no pueda solucionar todos los impases, si sabe quién tiene la información y alcance de solventar la situación.

- **Cada comité en función de su rol:** Cada persona debe estar enfocada en atender el proceso que le corresponde.

- **Planes de contingencia:** Finalmente es fundamental contar con medidas de acción en caso de que alguno de los planes no salga como se planeó inicialmente.

Postproducción

Una vez finalizado el evento, hay algunas actividades que se deben llevar a cabo, pues, "el evento no se acaba cuando termina".

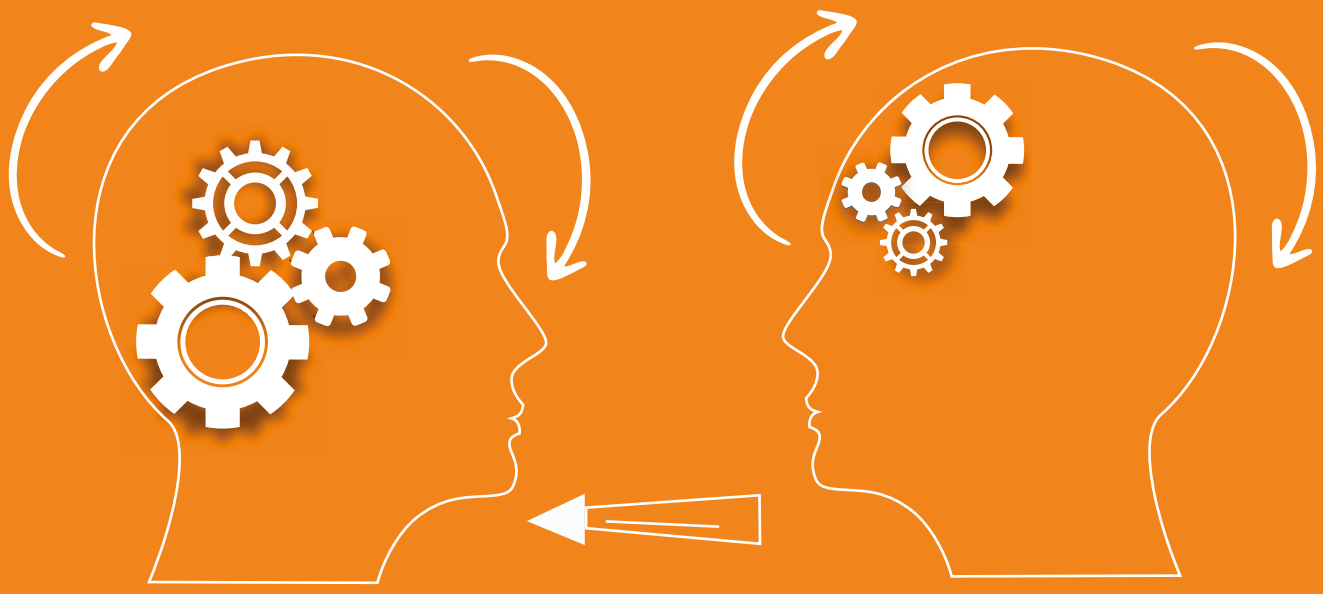
Este es el momento de enviar los agradecimientos a los aliados y patrocinadores, para mantener las relaciones públicas.

Por otro lado, hay que hacer un monitoreo de medios, en caso de que el evento haya tenido un despliegue mediático.

Generar un informe de resultados, porque lo que no se mide, no se sabe y la manera de saberlos es tener unos indicadores, para construir unas métricas que permitan identificar si los objetivos se cumplieron.

Y finalmente enviar las memorias del evento a los asistentes, en caso de que aplique.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL



3.

Transformación digital en los eventos

Audiencias
Asistentes virtuales
Asistentes presenciales

Set Virtual
Transmisión desde set
Diseñados En 3D

Streaming
Transmisión online para
eventos cerrados y abiertos

Patrocinadores Asistentes Panelistas

Información Comunicación Comercio

Escenario principal

Sede presencial
Panel de trasmisión

Interconexión
Múltiples puntos de transmisión

Holografía
Disolución de las barreras
geográficas con trasmisiones
en tiempo real o pregrabadas

La industria de eventos se reactiva gracias a la transformación digital
Es probable que a finales de 2019 nadie haya considerado una pandemia como una amenaza al elaborar su DOFA. Esta situación ha impactado a muchos sectores económicos, entre ellos el de eventos, que se ha visto afectado en gran medida pues resulta imposible seguir llevando a cabo sus actividades de la manera tradicional.

Si bien los eventos virtuales no son una novedad, ya que tienen cerca de una década desde que empezaron a realizarse, han sido uno de esos elementos un tanto relegados en cuanto a la aceptación hacia la transformación digital. Finalmente, las personas somos seres sociales y el contacto físico es muy relevante.

Eventos Híbridos

Cuando hablamos de eventos híbridos nos referimos a un evento que se lleva a cabo en un lugar físico, al que también asiste una audiencia en línea e interactiva. Bajo la nueva normalidad que vivimos, los eventos híbridos nos permiten tener lo mejor de ambos mundos: el presencial, con un grupo reducido dedicado a la producción del evento en una o varias locaciones, y el virtual mediante aplicaciones digitales que nos permiten tener una experiencia en la que maximizamos nuestra participación.

La organizador de un evento híbrido elimina las barreras geográficas y llega a un público potencial que probablemente por la distancia no asistiría en otras circunstancias. El uso de una plataforma digital le permite hacer un mejor seguimiento de los participantes generando una serie de indicadores que presencialmente eran difíciles de cuantificar.

Asimismo, los participantes se benefician, pues cuentan con flexibilidad y una mejora en la experiencia durante su participación en el evento.

El Evento en sus manos

Es así que quienes participan en su evento podrán desde la palma de sus manos acceder a todos los servicios del encuentro, tales como:

Informarse, realizar el registro, consultar la agenda actualizada de las ponencias o presentaciones, conocer el perfil de los expositores.

Participar, asistir en vivo a las charlas o verlas en diferido on demand, acceder a traducción simultánea, descargar los materiales

Interactuar, participar con sus preguntas o realizar votaciones, visitar stands de los auspiciadores e interactuar con ellos sin límites de horario, realizar actividades de networking.

Todo esto a sólo clicks de distancia lo que hace mucho más eficiente su participación.

En resumen

En definitiva, no hay límites en cuanto al tipo de evento que se puede realizar bajo esta modalidad híbrida, ni mucho menos a la dimensión del mismo, no hay evento pequeño.

CASOS DE ÉXITO

4.

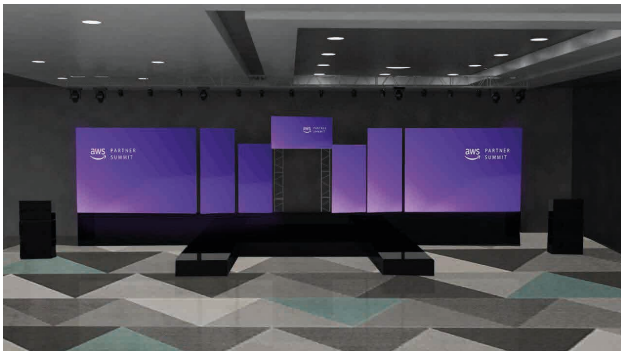
Casos de eventos exitosos

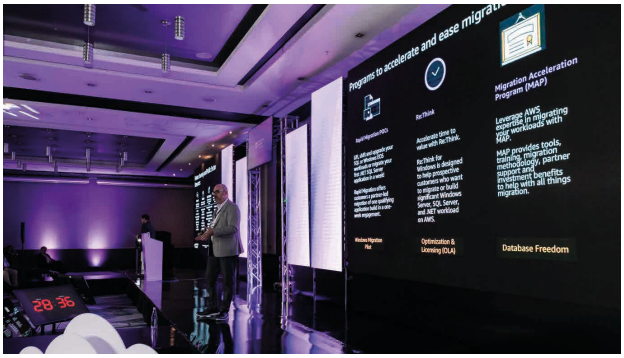
Evento Presencial

UX Marketing

El 22 de mayo del 2019 se ejecutó en la ciudad de Bogotá el evento de Amazon dirigido a sus clientes potenciales. La Cumbre del sector público de AWS fue evento sobre "cómo la nube está acelerando la innovación para las organizaciones del sector público y los comercios de todos los tamaños" organizado por Amazon.

Registrados	Asistentes	Staff	Pruebas	Montaje
400	263	9	6 Horas	1 Día





Evento híbrido

Qué le espera a la industria de eventos

El 23 de julio del presente año Plataforma AV y el segmento MICE realizó el primer evento híbrido, "Qué le espera a la industria de eventos y reuniones" con sede presencial en Bogotá (Colombia) y conexión digital con Montreal (Canadá); Santo Domingo (República Dominicana); Ciudad de México (México) y Ecuador (Quito).

Visitas Expo Virtual
+500

Staff Producción
16

Usuarios Asistentes
1223

Países Alcanzados
20

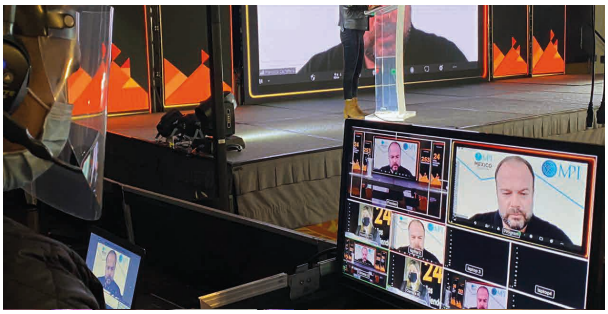
Puntos de Transmisión
5

Aliados Patrocinadores
4

Usuarios Registrados
1618

Montaje Escenografía
2 Días

Pruebas Transmisión
3 Horas

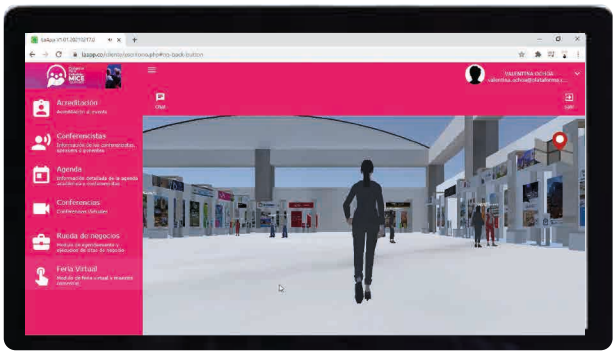


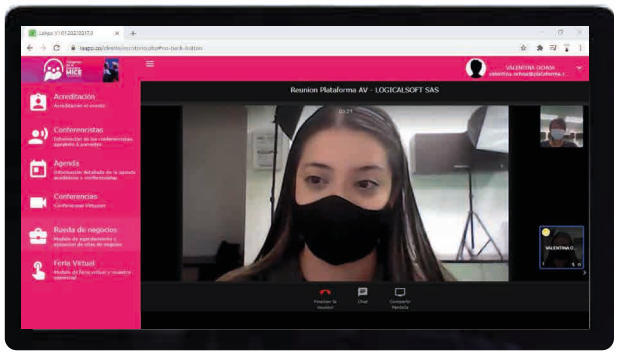
Evento virtual

Retos y oportunidades que definirán el futuro" de la industria MICE

El pasado 18 y 19 de febrero del 2021 Plataforma AV en alianza con FENALCO (Federación Nacional de Comerciantes de Colombia) realizaron el congreso "Retos y oportunidades que definirán el futuro" de la industria MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) por sus siglas en inglés. Un encuentro que reunió a los diferentes actores de la industria del turismo de reuniones en un entorno ideal para establecer una comunicación directa e interactiva.

Registrados	Asistentes	Rueda de Negocios	Expo
1.142	568	52	+200





HERRAMIENTAS

5.

Herramientas y aplicaciones

Después de ver la implementación de plataformas digitales en la producción de eventos, y algunos casos de éxito, podrás ver algunas herramientas digitales que se pueden usar en la producción de eventos.

Herramientas para streaming

Instagram

Esta herramienta está disponible solo para dispositivos móviles. Es decir que no es posible compartir pantalla, presentaciones y otras herramientas audiovisuales.

Facebook

Esta aplicación a diferencia de Instagram permite realizar el live desde un dispositivo móvil, ordenador o cámara y tiene la opción de realizar transmisiones desde un perfil, una página, un grupo o un evento, cada una con un enfoque, un público y servicios diferentes.

Youtube

En el caso de YouTube Live existen varias formas de emitir en directo; ya sea un show musical, una conferencia o cualquier otro evento, que al igual que Facebook se puede realizar a través de un dispositivo.

móvil, un computador y una cámara, sin tener que usar un codificador.

Vimeo

Se puede transmitir desde el dispositivo móvil o computador, se puede integrar con otras plataformas de streaming y cuenta con diversos planes que tienen herramientas de interacción, métricas, registro de pantalla, control de comentarios, segmentación de públicos, entre

Herramientas de gamificación para los eventos

Kahot

Kahoot! es una plataforma gratuita que permite la creación de cuestionarios de evaluación. En formato de votación interactiva con resultados en tiempo real

Mentimeter

Permite realizar encuestas en vivo, cuestionarios, nubes de palabras, preguntas y respuestas y más para obtener información en tiempo real, independientemente de si es remoto, híbrido o cara a cara.

MindMeister (maymeister)

Es una herramienta para generar mapas mentales en línea que te permite capturar, desarrollar y compartir ideas de forma gráfica. para generar lluvias de ideas, tomar notas, planificar proyectos y realizar muchas otras tareas creativas.

Stormboard (stonbord)

Es una herramienta online que nos permite crear y desarrollar actividades de lluvia de ideas colaborativas

Laapp

Es una aplicación para eventos virtuales con una completa expo/feria módulos de streaming, herramientas de interacción y comunicación con alcance de eventos pequeños y masivos.

Fuentes

Roció Sarmiento, Turismo de Reuniones In slideshare

Jijena, R (2014) Como organizar eventos con éxito. - 2a ed Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Ángela María Betancur, Comités De Organización De Un Evento, https://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/organiza_eventos/contenido_u2.pdf

E-BOOK
Cómo organizar un evento.

Valentina Ochoa
Angie Higuera

PLATAFORMA