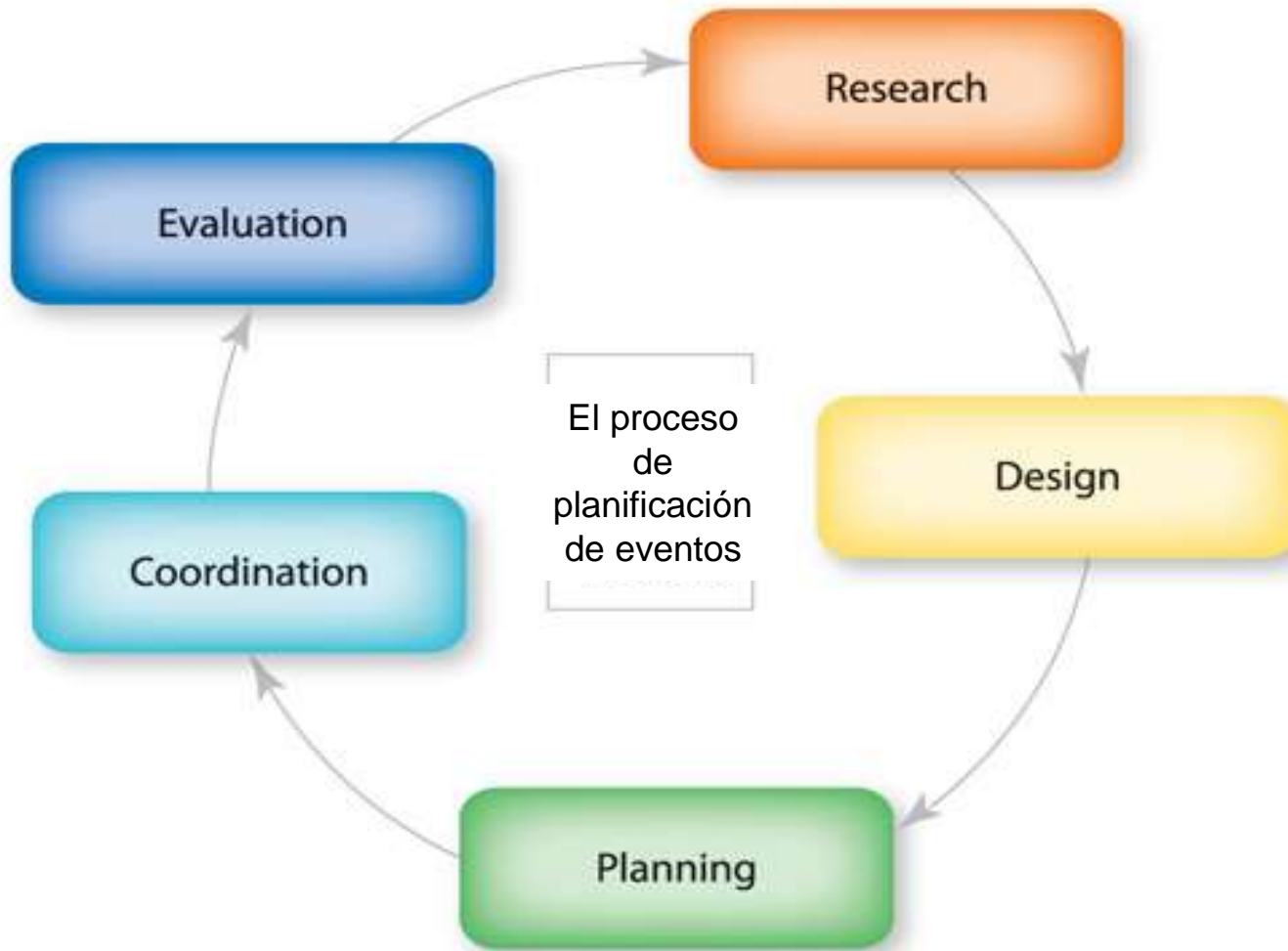


GESTION DE EVENTOS

Prof. Ramon Corrada



¿Qué se requiere para planificar un evento?



Planificación de Eventos

- El primer paso en la planificación de eventos es la **etapa de investigación** y la misma debe contestar las siguientes preguntas:
 - ¿Porque hay que hacer el evento?
 - ¿Quien debe organizarlo?
 - ¿Dónde debe organizarse?
 - ¿Cuál debe ser el enfoque?
 - ¿Qué expectativas se tienen del evento?
- El segundo paso es la **etapa de diseño**:
 - Permite la libertad en ser creativos e implementar nuevas ideas que apoyen los objetivos del evento.

Planificación de Eventos

- El tercer paso es la **etapa de planificación**. La misma incluye el poder:
 - Determinar el presupuesto
 - Seleccionar el lugar del evento
 - Seleccionar los acomodos
 - Coordinar los arreglos de viajes
 - Negociar los contratos
 - Coordinar la comida y bebida
 - Coordinar el entretenimiento, música y oradores
 - Determinar las necesidades audiovisuales
 - Crear el plan de mercadeo
 - Preparar las invitaciones

Planificación de Eventos

- El cuarto paso es la **etapa de coordinación**:
 - Este puede ser un tiempo difícil dado a problemas inesperados que puedan surgir o puede ser un tiempo gratificante dada a una ejecución perfecta del evento.
 - Esta etapa es la que se da durante la ejecución del evento y envuelve habilidades de toma de decisión mientras el evento se lleva a cabo.
- El quinto paso es la **etapa de evaluación**:
 - Este paso se debe dar durante cada uno de los pasos del proceso de planificación de eventos y es el paso final que mide el éxito del evento en lograr las metas y objetivos.

Tipos de Facilidades para Eventos

- Estadios y Arenas de equipos deportivos profesionales
- Centros de Convenciones
- Teatros y Salas de Conciertos
- Anfiteatros
- Centros de Conferencias
- Complejos deportivos juveniles



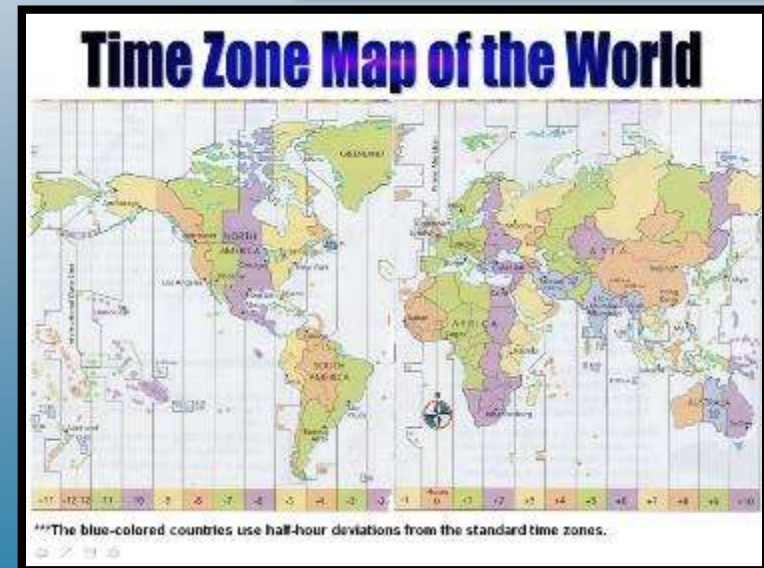
Planificar para la singularidad

Pensar fuera de la caja, o de los espacios tradicionales...



Planificación de Eventos Internacionales

- Investigar sobre el **destino**
- **Planificar una visita** – No dependas solo de video y audio
- Maximiza el uso de la **tecnología**
- Conoce sobre las **zonas de tiempo**
- Estudia la **cultura local**
- Establece **contactos locales**



Planificar para Contingencias

- A pesar de una planificación cuidadosa, cosas pasan...
 - Actos de la naturaleza
 - **1989 MLB Serie Mundial Juego 3 Terremoto en San Francisco**
 - Perdida de personal clave
 - Emergencias del clima
 - Control de daños
 - Situaciones de Seguridad
 - **Disturbios en la ciudad de Baltimore – Juego MLB Orioles (estadio vacío)**
 - Cortes de energía
 - **2013 Super Bowl 47 perdida de energía en CBS**



Logística

- *Logística* es una palabra derivada de la palabra griega *logistikos* (la ciencia de calcular) y *logos* (que significa razón)
- ***Logística* es modernamente definida como el manejo de los detalles de una operación.**
- Es una consideración crítica en todos los eventos.
- Es un factor determinante en el éxito de un evento.
- Una planificación logística pobre es una receta para un desastre.
- Prepararse para el éxito mediante la creación de un plan logístico.
- Usar listas de verificación

Logística de Operaciones y Eventos

- **Luces & Sonido**
- Servicio de comida (concesiones & catering)
- **Pasarelas**
- **Tiendas de mercadería**
 - Lucrativo, indumentaria y accesorios
- **Vestuarios y Backstage**
- Limpieza y Mantenimiento
 - Limpieza física y mantenimiento de equipos
- Seguridad y Manejo de Riesgos
 - Aumento en la atención a identificar riesgos y seguridad luego de 11/9



Clima

- El amigo incontrolable de los productores de eventos
- Hay que estudiar patrones del clima de años previos.
- Las implicaciones del clima impactan eventos internos y externos
- Planifica los **recursos** para atender situaciones del clima
- **Siempre ten un plan...**



Auspicios/Patroccionios en Eventos

- Monetarios o intercambios
- **Razones para patrocinar**
 - Reconocimiento de marca
 - Mejorar una imagen
 - Promociones de ventas
 - Hospitalidad
 - Reclutamiento y retención de empleados
 - Oportunidades de investigación de mercado
- Los patrocinios se basan en las relaciones, por lo que el servicio es del más alto nivel pero dentro de lo razonable.

Se Creativo

- ¿Qué le puedes ofrecer a tu patrocinador que no pueden conseguir en otro lugar?
- ¿Qué puedes ofrecer con un mejor valor?
- **Demostrar como tu evento es único y posiciona al patrocinador por encima de los demás.**
- Identificar aspectos compartidos
- Ilustrar a través de testimonios el beneficio de ser patrocinador de tu evento.



¿PREGUNTAS?

GRACIAS

rcorrada1@uagm.edu

