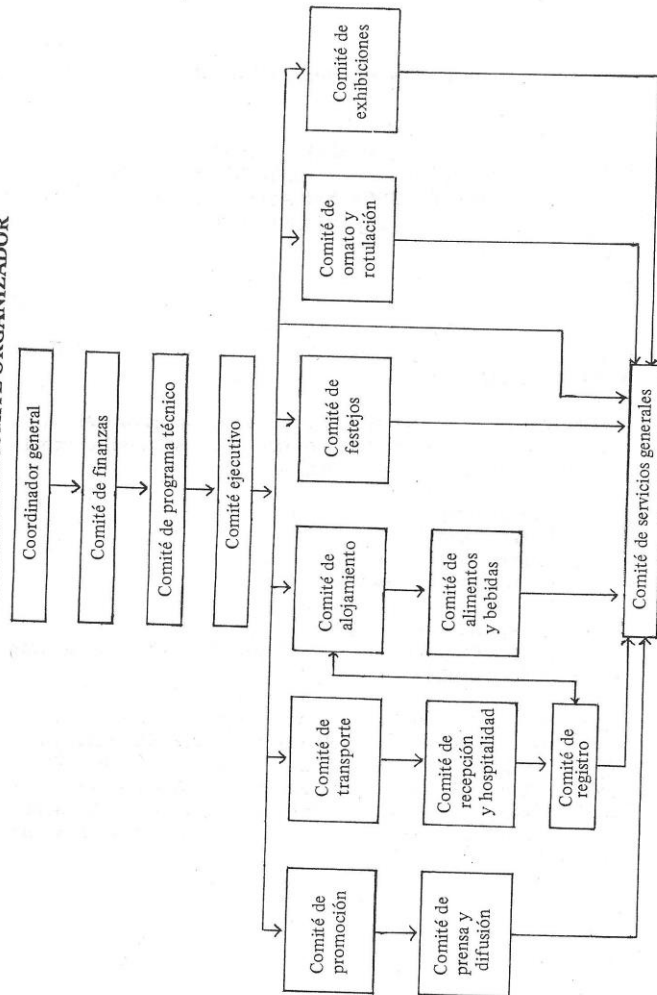


**ESTRUCTURA ORGANICA DEL COMITE ORGANIZADOR**



**FUNCIONES DEL COMITE ORGANIZADOR**

(Comentar un poco sobre el comité organizador en general)

El comité organizador se divide en los siguientes comités

1. Coordinador general \_\_\_\_\_
2. Comité de finanzas \_\_\_\_\_
3. Comité de programa técnico \_\_\_\_\_
4. Comité ejecutivo \_\_\_\_\_
5. Comité de promoción \_\_\_\_\_
6. Comité de prensa y difusión \_\_\_\_\_
7. Comité de transporte \_\_\_\_\_
8. Comité de recepción y hospitalidad \_\_\_\_\_
9. Comité de registro \_\_\_\_\_
10. Comité de alojamiento \_\_\_\_\_
11. Comité de alimentos y bebidas \_\_\_\_\_
12. Comité de festejos \_\_\_\_\_
13. Comité de ornato y rotulación \_\_\_\_\_
14. Comité de exhibiciones \_\_\_\_\_
15. Comité de servicios generales \_\_\_\_\_

**1. Coordinador general**

Es el responsable de integrar y autorizar a los representantes de todos los comités a través del cual organizará, planeará y supervisará todas las actividades para realizar un evento.

**2. Comité de finanzas**

Responsable del aspecto económico, ya que determina cuánto y cómo debe gastarse, sin perder de vista las siguientes consideraciones:

Qué fondos tiene a su disposición.

Qué gastos son más prioritarios que otros, para su respectiva canalización.

Si es posible o no realizar el evento con los recursos disponibles.

Este último punto lo determinan los gastos que se han de realizar en:

Viajes (por avión, tren, barco, autobús, taxi, etc.).

Alojamiento.

Alimentos y bebidas (servicio de café).

Locales para la conferencia y facilidades (decofación, montajes, accesorios y equipo).

Prestadores de servicios adicionales (secretarías, edecanes, personal técnico, personal de intendencia, gratificaciones, etc.).  
Propinas.  
Presidentes.  
Oradores.  
Autores.  
Delegados.  
Intérpretes y traductores.  
Personal del comité organizador (horas extras).  
Material de oficina.  
Medios de comunicación (correo, teléfono, telégrafo, télex, etc.).  
Imprenta y publicaciones.  
Actividades sociales.  
Cortesías.  
Gastos varios.

Para determinar los gastos prioritarios y adicionales, el comité de finanzas debe conocer o planear previamente el costo de productos y servicios, la política sobre la aceptación de cheques y reembolsos, así como establecer las fechas de pago y los responsables de efectuar dicho pago.

### 3. Comité de programa técnico

Es el responsable de planear y coordinar todas las actividades del evento.

Debe partir del objetivo del evento: ¿Qué pretende el congreso o convención?

Contestado lo anterior se definen los temas o asuntos a tratar y, como consecuencia, se obtiene una idea objetiva del tiempo total y parcial para cada tema o sesión.

Lo anterior permite elaborar un cronograma de tiempos y espacios con mucha antelación, así como seleccionar los recursos necesarios, los cuales se dividen en humanos y materiales.

#### Recursos humanos

Estos se refieren a las personas que participarán en el evento, como son: oradores, delegados, intérpretes, traductores, suplentes, invitadas, presidentes, etc.

#### Recursos materiales

Se refiere a los auxiliares concretos, observables y manejables, como

son: máquinas de escribir, grabadoras, proyectores, rotafolios, papelería, micrófonos, invitaciones, montajes, cuadros, pantallas, magnetofonos, cintas, equipo de interpretación, fotocopidora, mate bibliográfico, documentos, etc. (Para mayor información remitirse al capítulo VI).

Una vez establecidas las necesidades prioritarias se cuenta con suficiente información para iniciar la agenda de trabajo del congreso o convención.

A continuación se dan algunas recomendaciones que se deben tener en cuenta para detallar la agenda:

Preparación de invitaciones.

Envío de invitaciones con el tiempo necesario de anticipación.

Organización de un banco de información o fichero en orden alfabético que contenga los siguientes datos:

Nombre.  
Dirección.  
Fecha de invitación.  
Detalle de documentos remitidos.  
Rol o papel del participante.  
Asunto a tratar.  
Reservación de viajes.  
Reservación de hotel.  
Forma de pago.

Al dorso de la ficha se pueden anotar observaciones especiales:

Idiomas.  
Tipo de alimentación.  
Enfermedades.  
Acompañantes.

Si se precisa con anticipación que el participante asistirá acompañado, es recomendable diseñar un programa especial para él (Ver capítulo V).

Hacer del conocimiento del participante, el clima que impera en el lugar sede.

Mantener al día el fichero.

Llevar un registro en el que figuren las fechas de redacción, traducción, reproducción y distribución de los documentos del evento. Para la selección de recursos materiales, es necesario saber que ciertos materiales de apoyo facilitan la comprensión de determina-

tema, así como la transmisión por parte del expositor, y propician la comunicación entre el conductor y los participantes lo cual hace más objetiva la información. (Ver capítulo VI).  
Selección de las dinámicas de grupo que optimicen el contenido de las sesiones. (Ver capítulo VI).

#### 4. Comité ejecutivo

Está integrado por los presidentes de todos los comités. Su función principal es la de seleccionar la sede del evento y subsede si es necesario.

Para facilitar dicha selección es recomendable contar con un catálogo de hoteles y centros de convención, así como considerar la membresía participante y sus necesidades. Esto significa contar con los elementos necesarios para la localización geográfica, como son:

- Clima.
- Tipo de alojamiento.
- Número de salones.
- Sitios recreativos.
- Alimentos.
- Festividades del lugar sede.
- Fechas.
- Sitios con lugares deportivos.
- Medios de comunicación.
- Paisajes . . .

Otro aspecto es el tipo de convención. Conocer el objetivo del evento para determinar su tipo, el cual puede ser:

- Exhibición.
- Social.
- Educativo.
- Servicio.
- Trabajo . . .

#### 5. Comité de promoción

Este comité tiene a su cargo la campaña de publicidad del evento, incluye el diseño y la elaboración del material de promoción tales como:

- Programas.
- Folletos.

- Anuncios.
- Papelería especial.
- Logotipos.
- Carteles.
- Mapas.
- Guías.
- Informes . . .

#### 6. Comité de prensa y difusión

Es recomendable que este comité cuente con un área que maneje las relaciones públicas cuando se ha determinado que el evento tiene publicidad en la prensa, radio y TV.

La prensa y difusión implican los siguientes aspectos:

- Promover el evento para lograr la máxima asistencia.
- Facilitar a los medios de difusión el plan de la conferencia, asunto, fecha, lugar, nombres de los participantes y datos biográficos antes del evento.
- Tener por escrito todos los detalles de las sesiones de trabajo y sociales.
- Contar con un salón especial de entrevistas para los medios de difusión con el objeto de coordinar el trabajo.
- Proporcionar copia de los discursos cuando sea autorizado.
- Coordinar las entrevistas entre la prensa y los participantes.
- Contar con un fotógrafo oficial, disponible en el transcurso del evento.
- Hacer responsable a relaciones públicas de nombrar un representante que tome notas durante el evento, con objeto de contestar preguntas a los medios de comunicación.
- Redactar los informes para la prensa con las normas que existan para ello.
- Nombrar una persona con autoridad que apruebe las notas redactadas, antes de informar a la prensa.
- Facilitar el trabajo de los medios de comunicación.
- Mantener relaciones armónicas con los representantes de los medios de difusión.
- Dirigir la publicidad al mercado de hombres de negocios, de turismo cultural y de tipo vacacional.
- Solicitar asesoría de las agencias de publicidad, así como apoyo de la Secretaría de Turismo, a nivel nacional, y del Consejo Nacional de Turismo, a nivel internacional.

Este comité debe conocer y coordinar los siguientes aspectos.

Los programas para la promoción y publicidad de los eventos de congresos y convenciones se inician con la ayuda, ya sea de las agencias de publicidad o de las negociaciones de relaciones públicas, para esto debe existir un responsable que se encargue de llevar a cabo todos los programas de promoción y publicidad sometiéndolos a consideración de los mandos superiores y personal relacionado, en particular con el coordinador de congresos y convenciones.

El responsable de la promoción y publicidad debe tener amplios conocimientos sobre relaciones públicas y humanas, pues esta persona juega un papel muy importante en los congresos y convenciones, ya que es necesario que estos eventos se auxilien de la promoción y publicidad para darse a conocer. Con el objeto de tener una visión general iniciaremos por definir el concepto de promoción.

Promoción es el conjunto de personas y objetos que al ponerse en acción determinan factores de fomento a las diversas etapas del desarrollo de un evento, ya sea incrementando la afluencia de las personas o estimulando el incremento de la industria empresarial de la que se trate.

La promoción y la publicidad están ligadas entre sí, ya que la publicidad, es el conjunto de medios empleados para divulgar noticias o anuncios de carácter comercial para atraer posibles compradores, realizándola las autoridades por medio de fondos públicos o por particulares, con cargo a sus presupuestos; siendo así, podemos decir que para llevar un control óptimo y tener un buen éxito el responsable de dicha promoción y publicidad debe realizar las siguientes funciones:

Estudiar cuidadosamente las campañas publicitarias.

Tener un plan de publicidad para no caer en el error de cambiar los medios publicitarios.

Asegurarse de que la promoción sea real.

Estar al tanto de las campañas promocionales por parte de la competencia, revisando diariamente los anuncios de la misma.

Estudiar las gráficas de las distintas temporadas de años anteriores de otras empresas para definir las políticas a seguir en las promociones del hotel y el centro de convenciones.

Llevar a cabo la publicidad por correspondencia seleccionada minuciosamente para las personas del medio turístico.

Tomar en cuenta la opinión del cliente sobre los diferentes tipos de anuncios.

Normatizar la promoción de los diferentes servicios que ofrece el hotel y el centro de convenciones para elevar su venta.

*Dar publicidad interna al hotel y al centro de congresos y conven-*

*ciones* por medio de objetos y papelería que lleven el logotipo tales como:

- Tarjetas para autos.
- Revisteros.
- Lista de bebidas.
- Envoltura de jabones.
- Promoción de lavandería.
- Anuncio para recibidor.
- Tarjetas para elevadores.
- Tarjeta de no molestar.
- Tarjeta de navidad.
- Tarjeta para cumpleaños.
- Formas de reservación.
- Llaveros.
- Calcomanía para cartas.
- Servilletas.
- Porta vasos.
- Etiqueta de embarque y calcomanías para equipaje.
- Tela para limpiar calzado.
- Toallas.
- Lapiceros.
- Plumas.
- Playeras.
- Mochilas.
- Materiales de exhibición.
- Coctel de bienvenida.

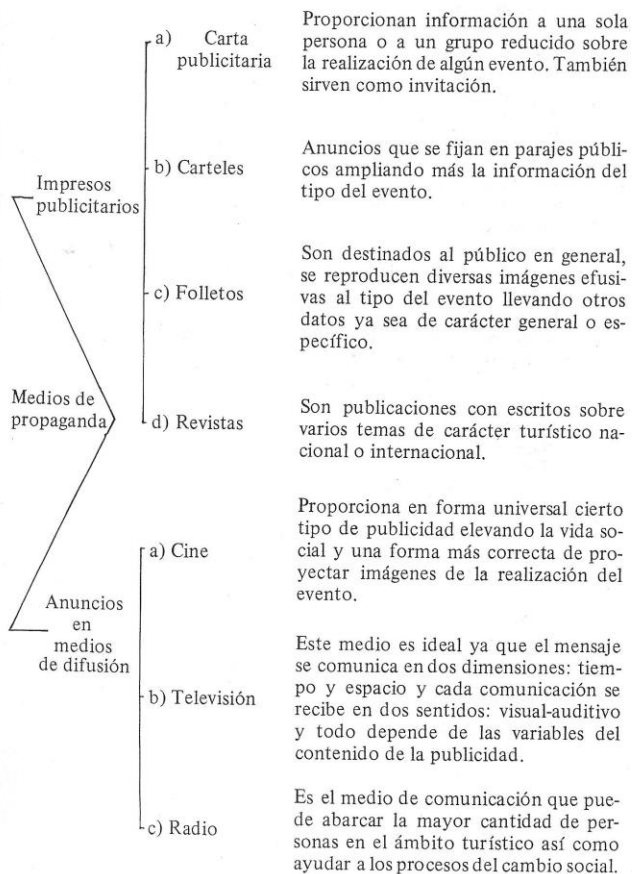
Para la publicidad en interiores de salas de congresos y convenciones:

- Audiovisuales.
- Tarjetas para mesas.
- Agitadores.
- Ceniceros.
- Cerillos.
- Tarjeta postal.
- Marquesinas.

Para la publicidad externa del hotel:

- Bienvenida o avisos.
- Folletería en general.

Es de vital importancia apoyarse en los principales medios de propaganda, de los que se sugieren los siguientes:



Es recomendable que la promoción y publicidad esté dirigida a los diferentes niveles del mercado turístico, por lo que se deben tener contactos dentro y fuera del país, así como con diferentes empresas que originen la realización de algún tipo de evento.

Cuando una empresa cuenta con bajos recursos para su publicidad, antes del evento es recomendable que los programas se inicien con apoyo, ya sea de las agencias de publicidad o de relaciones públicas, esto no debe sorprender ya que muchas negociaciones de ambas clases son diligentes en la promoción y se ayudan mutuamente. Contar con este apoyo significa tener la campaña de publicidad que se requiere, pero también implica que el empresario posteriormente liquide la ayuda prestada por estas empresas publicitarias.

Cuando el evento es muy renombrado es recomendable seleccionar una sala de prensa donde los editores, reporteros o columnistas puedan desarrollar su trabajo. Esta sala debe estar ubicada cerca del evento, pero fuera del tráfico del grupo o huéspedes del hotel.

Cabe mencionar que la imagen que proyecte la prensa está determinada en un 100% por el punto de vista o enfoque del reportero, por lo que es recomendable otorgar todos los medios que faciliten su trabajo a través de un medio ambiente positivo y sobre todo por relaciones humanas armoniosas.

En estas condiciones podemos predecir que el fracaso de cualquier evento será nulo y el éxito estará asegurado, y ayudará a encumbrar a la propia empresa.

Es recomendable integrar paquetes turísticos que contemplen la realización de congresos y convenciones concertadas entre las agencias de viajes, líneas aéreas y centros de congresos y convenciones, así como entre los comités organizadores u oficinas de convenciones.

#### 7. Comité de transporte

Este comité se debe responsabilizar de todo lo relacionado con la transportación a todos los eventos, así como manejar toda la información relacionada con los viajes.

En forma previa se deben realizar los arreglos correspondientes a través de agencias de viajes o medios de transporte en forma directa.

Aspectos a considerar:

Informar previamente a los participantes de la transportación.

Dar a conocer de qué manera se sufragarán los gastos de transporte. Conocer e informar sobre la política de seguros de viajes.

Informar del traslado de material y equipo, así como las políticas a seguir.

Planear y coordinar el arrendamiento de transporte local (autobuses, automóviles y transporte público).  
Registrar cuidadosamente las reservaciones de viajes, proporcionando al intermediario un duplicado de la lista, la cual debe ser actualizada con frecuencia.

#### 8. Comité de recepción y hospitalidad

Funciona como el anfitrión de los participantes al evento, es responsable de dar la bienvenida a todos los invitados, considerando los siguientes aspectos:

Recepción en el aeropuerto.  
Informar sobre el evento.  
Invitar a las autoridades gubernamentales aun cuando no formen parte del evento.  
Manejo de boletos:

- Cortesía.
- Para alimentos.
- Eventos recreativos.
- Bebidas . . .

Confirmar a los convencionistas su papel o función en el evento.

#### 9. Comité de registro

Se encarga del registro de los participantes al arribar a la sede, también es responsable de vigilar lo relativo a:

Procedimiento de registro.  
Entrega de gafetes, máquinas de escribir, escritorios, mesas, sillas. . .  
Control de registro adicional.  
Entrega de informes o programas de última hora.  
Coordinar la existencia de recursos materiales y equipo.  
Conocer toda la información respecto al evento y medios de comunicación con que se cuenta.  
Otorgar facilidades para el uso de equipo extra.  
Controlar los locales de la conferencia.

#### 10. Comité de alojamiento

Es el responsable de seleccionar y asignar el alojamiento a los integrantes del evento.

Consideraciones importantes que se deben tomar en cuenta:

Coordinar con el comité de finanzas para conocer el presupuesto con que se cuenta.  
Seleccionar las habitaciones en función de la categoría del participante y la disponibilidad de alojamiento.  
Alojar al personal de la organización.  
Alojar a la prensa.  
Evitar las habitaciones compartidas.  
Si es necesario compartir habitaciones, seleccionar cuidadosamente a las parejas.  
Contar con habitaciones de reserva.  
Supervisar que las habitaciones:

- Proporcionen comodidad.
- Tengan servicio de baño.
- Estén aseadas.
- Dispongan de mesas de trabajo.
- Tengan instrucciones para casos de emergencia.
- Cuenten con energía eléctrica, calefacción, aire acondicionado.

#### 11. Comité de alimentos y bebidas

Es el responsable de organizar y supervisar los alimentos y las bebidas durante el evento, es conveniente que en forma previa se realicen las reservaciones en la sede con pensión completa para todos los participantes.

##### Sugerencias:

- Asegurar que los horarios de las comidas sean flexibles.
- Seleccionar el menú.
- Organizar las comidas en horarios apropiados.
- Llevar un control de las comidas, se recomienda el uso de boletos o cupones.
- Determinar la conveniencia de realizar alimentos en grupos separados.
- Determinar el tipo de servicio que se requiere (buffet, carta, etc.).
- Conocer las costumbres alimenticias de los participantes.
- Controlar el consumo de bebidas en caso de que se proporcionen.
- Informar a todos los participantes, así como a la sede, del procedimiento a seguir sobre el consumo de bebidas.
- Informar por escrito a la sede de los gastos que no serán sufragados por la organización.

## 12. Comité de festejos

Las funciones de este comité, como todas, son muy importantes, ya que tienen a su cargo las actividades artísticas y/o recreativas durante los diferentes eventos sociales de convención, como son: comidas, banquetes, cenas, etc.

Es importante considerar los siguientes aspectos:

- Diversiones especiales en el programa general.
- Eventos sociales en general, incluyendo variedad y orquesta.
- Montaje de mesas para banquetes.
- Número de comensales.
- Puntualidad en el servicio.
- Boletos de admisión.
- Paseos por la ciudad.
- Actividades deportivas.
- Actividades del programa para acompañantes.

## 13. Comité de ornato y rotulación

Este comité debe elaborar los letreros necesarios para todo tipo de evento social o de trabajo, supervisar y coordinar la decoración de los salones y salas, así como vigilar el desarrollo de por lo menos los siguientes puntos:

- Decoración del salón principal y sus anexos.
- Decoración para banquetes y eventos sociales.
- Cortesías para los participantes e invitados.
- Almacenamiento de material decorativo.
- Colocación de letreros en lugares estratégicos.
- Fijación de avisos y cambios de última hora.
- Material extra existente en caso de imprevistos.

## 14. Comité de exhibiciones

Es el encargado de seleccionar y proveer los espacios necesarios para las exhibiciones, dar información a quien se interese por dichos espacios, hacer el arreglo para arrendamientos, así como preparar el material descriptivo sobre la exhibición.

Para el desarrollo de sus actividades este comité debe tomar en cuenta, las siguientes consideraciones:

Diseñar un folleto o tríptico que contenga información sobre pre-

cios de alquiler, disponibilidad de espacios y diagramas de distribución del área de exposición, con el apoyo del comité de promoción.

Enviar en forma previa la información a los posibles exhibidores. Verificar la disponibilidad de servicios que requiere el área de exhibición, por ejemplo:

- Contactos eléctricos.
- Teléfono.
- Plomería.
- Rotulación . . .

Determinar por cuenta de quién correrán los gastos.

Verificar el soporte y medidas del área en relación al tipo de material que se va a mostrar.

Anticipar el tiempo para el montaje.

Hacer los trámites necesarios con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en caso de importación de materiales.

## 15. Comité de servicios generales

El propósito fundamental de este comité es el de hacer los arreglos correspondientes a los servicios que se necesitan durante las sesiones de trabajo y eventos sociales, verificando:

- Servicio de edecanes.
- Fechas y horarios de las reuniones.
- Reservación de los salones.
- Montaje de los salones.
- Funcionamiento de sonido y equipo electrónico.
- Disponibilidad de plataforma, andamios, tablonés, etc.
- Número apropiado de mesas y sillas.
- Mecanografía de documentos.
- Organización del personal técnico especializado.
- Organización de todos los materiales.
- Reproducción de documentos.
- Grabaciones de discursos.
- Alquiler de materiales.

Hasta aquí terminan las funciones de todos los comités que conforman el flujograma.