

UF0075: Planificación, organización y control de eventos

Elaborado por: Marta Soto Rueda

Edición: 5.0

EDITORIAL ELEARNING S.L.

ISBN: 978-84-16360-21-5 • Depósito legal: MA 79-2015

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

Impreso en España - Printed in Spain

Presentación

Identificación de la unidad formativa:

Bienvenido a la Unidad Formativa Planificación, organización y control de eventos. Esta Unidad Formativa pertenece al Módulo Formativo Gestión de eventos que forma parte del Certificado de Profesionalidad Creación y gestión de viajes combinados y eventos, de la familia de Hostelería y Turismo.

Presentación de los contenidos:

La finalidad de esta unidad formativa es enseñar al alumno a proyectar y presupuestar eventos en términos que respondan a la demanda de sus promotores, planificar el evento y dirigir las acciones previas a la realización efectiva del evento. También a operar el evento ejecutando las acciones necesarias para el cumplimiento del plan de trabajo previsto, ejecutar y supervisar las acciones precisas para el cierre efectivo y participar en la mejora de la calidad de los procesos o servicios.

Para ello, en primer lugar se analizará el turismo de reuniones, las principales destinos turísticos nacionales e internacionales y los eventos, su tipología y mercado. También se estudiará el evento como proyecto, los servicios requeridos en la organización de eventos y las aplicaciones informáticas específicas para la gestión de eventos. Para terminar, se profundizará en la organización del evento como proyecto.

Área: hostelería y turismo

Índice

UD1. El turismo de reuniones y su demanda de servicios especializados

- 1.1. El turismo de reuniones: concepto y evolución histórica; situación y tendencias; el turismo de reuniones como producto especializado del turismo urbano 13
- 1.2. Las características diferenciadas y específicas de este tipo de demanda 22
- 1.3. Mecanismos de decisión. Impactos en los destinos y en sus restantes productos turísticos 31
- 1.4. Incorporación a la cadena turística de servicios considerados tradicionalmente como servicios a las empresas o no turísticos..... 34
- 1.5. Agentes turísticos específicos: organizadores profesionales de eventos, agencias de viajes especializadas y otros. Evolución..... 40

UD2. Principales destinos turísticos nacionales e internacionales de turismo de reuniones

- 2.1. Factores que determinan la especialización de un destino para turismo de reuniones: imagen de marca, infraestructuras especializadas, capacidad de alojamiento, servicios especializados y oferta complementaria.....57
- 2.2. Características y análisis comparativo de los principales destinos de turismo de reuniones a nivel nacional e internacional65

UD3. Los eventos, su tipología y su mercado

- 3.1. Tipología de reuniones y eventos: congresos, convenciones, viajes de incentivo, exposiciones y ferias, eventos deportivos y otros83
- 3.2. El concepto de evento.....92
- 3.3. El mercado de eventos. Los promotores de eventos. Las entidades colaboradoras y los patrocinadores. Participantes y acompañantes 100
- 3.4. La gestión de eventos como función emisora y como función receptora 108
- 3.5. Fases del proyecto de un evento 109
 - 3.5.1. Planificación 109
 - 3.5.2. Organización 113
 - 3.5.3. Desarrollo 114
 - 3.5.4. Evaluación final del evento..... 116

UD4. El evento como proyecto: planificación, presupuestación y organización

- 4.1. Fuentes y medios de acceso a la información 125
- 4.2. Criterios de selección de servicios, prestatarios e intermediarios . 131
- 4.3. Negociación con proveedores: planteamientos y factores clave. Aspectos renegociables 138
- 4.4. Infraestructuras especializadas para reuniones, actos y exposiciones..... 142

4.5. Programación del evento: tipología de actos en función de tipología de eventos: sesiones, presentaciones, descansos, comidas, ceremonias, espectáculos y exposiciones	153
4.6. Programación de la logística y de los recursos humanos.....	160
4.7. Programación de ofertas pre y post evento en función de la tipología de los participantes, tales como ponentes, delegados, acompañantes, comités organizadores y científicos	166
4.8. Gestión de espacios comerciales y de patrocinios.....	172
4.9. Presidencias honoríficas y participación de personalidades	179
4.10. Confección de cronogramas	186
4.11. Previsión de situaciones emergentes; planes de contingencia; planes de seguridad.....	195
4.12. Presupuestación del evento	201
4.12.1.Presupuestos cerrados y presupuestos abiertos y sus características	202
4.12.2.Aspectos financieros.....	204
4.12.3.Presupuestos y control presupuestario	205
4.12.4.Análisis de costes.....	206
4.12.5.Margen de beneficio	207
4.12.6.Elaboración de escandallos.....	209

UD5. Servicios requeridos en la organización de eventos

5.1. Servicios de alojamiento y restauración: Establecimientos. Tipos y características. Formas de servicios. Tarifas	219
5.2. Servicios y métodos de reproducción y proyección de imagen y sonido y de telecomunicaciones	226
5.3. Servicios, modalidades y tecnologías para la traducción, como interpretación de conferencias, traducción de cintas y locuciones o traducción escrita	228
5.4. Métodos y tecnologías de gestión y control de los accesos	230
5.5. Servicios y sistemas de montaje de stands y exposiciones	234
5.6. Secretaría técnica y secretaría científica.....	239
5.7. Servicios de animación cultural y producción de espectáculos....	241

5.8. Transportes de acceso a la sede del evento y transportes internos colectivos	245
5.8.1. El transporte aéreo regular. Principales compañías aéreas. Tipos de viajes aéreos. Tarifas. Procedimientos. Documentación. Operaciones charter y brokers aéreos	246
5.8.2. El transporte en autocar. Autos de alquiler y traslados en automóvil	250
5.8.3. Otros medios de transporte.....	251
5.9. Servicios de diseño, edición e impresión de materiales gráficos, audiovisuales y digitales	253
5.10. Empresas, servicios y funciones de las azafatas de congresos..	260
5.11. Otros servicios requeridos en los eventos.....	263
5.11.1. Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje. Tipos y coberturas. Formalización de pólizas y contratos	264
5.11.2. Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes	265
5.11.3. Los servicios de acompañamiento, asistencia y guía turística. Tipos. Características y medios técnicos. Funciones. Normativa reguladora. Tarifas	267
5.11.4. Los servicios de seguridad: tipos, procedimientos y medios.....	268
5.11.5. Servicios de decoración y señalética	270
5.11.6. Gabinete de prensa y comunicación	272
5.11.7. Servicios de hospedaje y diseño de páginas web. Dirección a páginas web. Correo electrónico. Boletines electrónicos	274

UD6. Aplicaciones informáticas específicas para la gestión de eventos

6.1. Tipos y comparación	291
6.2. Programas a medida y oferta estándar del mercado	298
6.3. Aplicación de programas integrales para la gestión de las secretarías técnica y científica, pagos y reservas on-line. Software integral: creación, promoción, gestión y control de acceso	305

UD7. El evento como proyecto: organización

7.1. La organización del evento: Definición de funciones y tareas	317
7.2. Comités y secretarías: funciones y coordinación	325
7.3. Gestión de colaboraciones y patrocinios	331
7.4. Soportes y medios para ofrecer información del evento	340
7.5. Difusión del evento y captación de participantes	345
7.6. Estructura organizativa de un equipo de gestión de eventos	353
7.7. Funciones y responsabilidades	360
7.8. Procedimientos e instrucciones de trabajo	371

UD8. El evento como proyecto: dirección y control

8.1. Control de inscripciones	387
8.2. Control de cobros	392
8.3. Confirmaciones de inscripción, asignación de espacios en exposiciones y otras comunicaciones a inscritos	399
8.4. Protección de datos personales	406
8.5. Documentación del evento	414
8.6. Procesos administrativos y contables	420
8.7. Seguimiento del proyecto. Actuaciones ante desviaciones	427
8.8. Coordinación	431
8.9. Evaluación de servicios y suministros	437
8.10. Formalización de contratos. Documentación	442
8.11. Supervisión y control del desarrollo del evento	450
8.12. Coordinación y recursos de comunicación, puntualidad en los actos, protocolo, seguridad, servicio técnico, reclamaciones, quejas, conflictos y otras situaciones emergentes ..	456
8.13. Documentos de control del evento	465
8.13.1. Herramientas de evaluación	466
8.13.2. Hojas de control	467
8.13.3. Registros de indicadores	469
8.13.4. Hojas de tomas de datos	471

UF0075: Planificación, organización y control de eventos

8.14. El informe final del evento472

8.15 .Balances económicos.....480

Glosario491

Soluciones.....495

Anexo.....497

UD1

**El turismo de reuniones y
su demanda de servicios
especializados**

- 1.1. El turismo de reuniones: concepto y evolución histórica; situación y tendencias; el turismo de reuniones como producto especializado del turismo urbano
- 1.2. Las características diferenciadas y específicas de este tipo de demanda
- 1.3. Mecanismos de decisión. Impactos en los destinos y en sus restantes productos turísticos
- 1.4. Incorporación a la cadena turística de servicios considerados tradicionalmente como servicios a las empresas o no turísticos
- 1.5. Agentes turísticos específicos: organizadores profesionales de eventos, agencias de viajes especializadas y otros. Evolución

1.1. El turismo de reuniones: concepto y evolución histórica; situación y tendencias; el turismo de reuniones como producto especializado del turismo urbano

Concepto y Evolución Histórica



Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el **turismo** incluye todas aquellas actividades que las personas realizan durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno por un periodo de tiempo inferior a un año y superior a un día con fines de ocio, negocios o por otros motivos.

De esta definición de la OMT extraemos que dentro de la actividad turística se consideran aquellas actividades que las personas realizan durante sus viajes con fines laborales, ya sean acudir a una reunión con un cliente, asistir a una conferencia o ponerse al día en cuestiones relacionadas con el sector en que trabaja.

Aunque considerar los viajes con fines profesionales dentro del sector turístico pudiera parecer novedoso, es importante destacar que los viajes con motivaciones diferentes al ocio y descanso existen desde antes incluso que lo que tradicionalmente se conoce como turismo. Desde tiempos muy antiguos, los comerciantes acostumbraban a realizar largos viajes con objeto de comprar o vender mercancías en lugares lejanos a su lugar de origen a través de rutas comerciales terrestres y marítimas. Igualmente, en diferentes épocas históricas se realizaban viajes de exploración a nuevos territorios, como la conocida como “Era de los descubrimiento” entre los siglos XV y XVII donde españoles y portugueses recorrieron prácticamente todo el planeta conquistando diferentes territorios con el fin principal de acceder a las riquezas de éstos y contribuir al mercantilismo europeo.

Sería con los cambios sociales y económicos de la Revolución Industrial (segunda mitad del siglo XVIII-principios del siglo XIX) cuando el turismo viviría su primer gran auge. Las innovaciones tecnológicas como la invención de la máquina de vapor y el desarrollo del ferrocarril, la aparición del tiempo de descanso y vacaciones para la clase media y el resurgir de la burguesía gracias a la prosperidad económica, crearon unas condiciones sociales y económicas favorables que hicieron que las personas se interesaran cada vez más por viajar y conocer nuevos mundos. Al mismo tiempo, aparecieron las primeras grandes empresas gracias a la producción en serie y el desarrollo del capitalismo, que incentivaron a los grandes hombres de negocios a buscar nuevas fórmulas para acumular capital y expandir su negocio más allá de sus fronteras. Así, frecuentemente enviaban a sus representantes a las diferentes colonias que se extendían por América, África y Asia a fin de cerrar acuerdos comerciales y hacerse con nuevos materiales de producción.

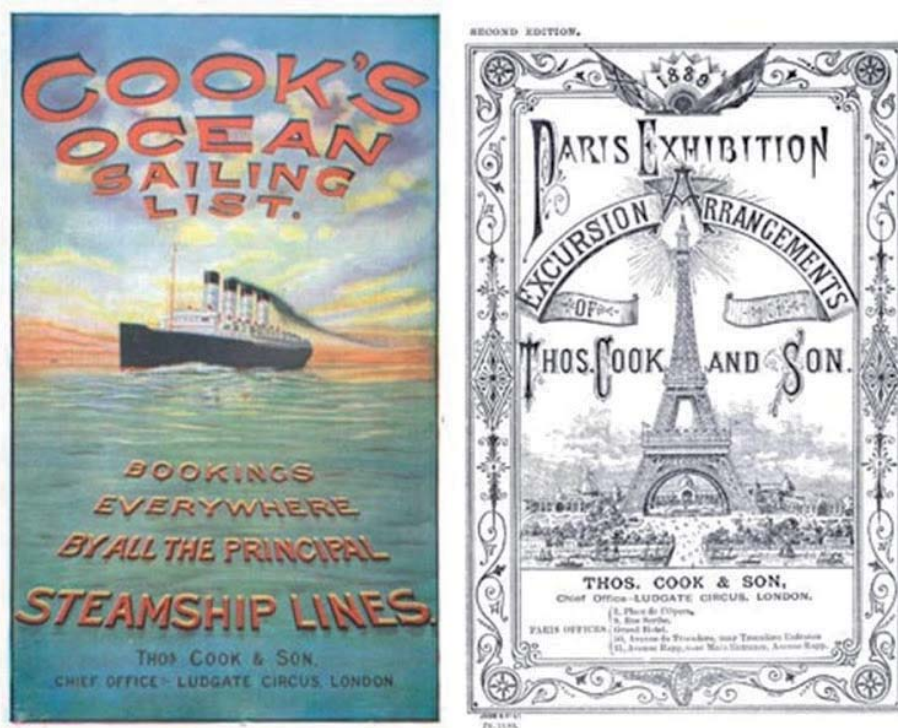


Aunque el ingeniero escocés James Watt (1736-1819) es considerado el inventor de la máquina de vapor, sería Robert Fulton (1765-1915), ingeniero e inventor estadounidense, quien desarrolló el primer barco de vapor que se convirtió en un éxito comercial. El 17 de agosto de 1807 la nave North River, también conocida como Cleremont, realizó su primera travesía desde Nueva York hasta Clermont por el río Hudson a una velocidad de 8,70 km. por hora.



Primer Homenaje a Cristóbal Colón, de José Garnelo y Alda. Museo Naval de Madrid. Ministerio de Defensa de España.

Ya bien entrado el siglo XIX, sería el empresario inglés Thomas Cook (1808-1892) quien revolucionaría la prestación de servicios turísticos al ser la primera persona en crear un viaje organizado y desarrollar la primera agencia de viajes del mundo, "Thomas Cook & Son". El 5 de julio de 1841 fletó un tren para llevar a un grupo de 570 personas de una asociación defensora de la abstinencia a un congreso anti-alcohol en Loughborough, a 32 km. de distancia. El viaje incluía el transporte y el almuerzo, y aunque en este primer viaje no obtuvo prácticamente beneficios, más tarde siguió organizando viajes coincidiendo con grandes acontecimientos como la Exposición Universal de París.



Folletos turísticos de Thomas Cook & Son.

Fruto del desarrollo de la aviación por los conflictos bélicos, y más concretamente por la I Guerra Mundial (1914-1918), en 1919 nacen las primeras compañías aéreas para el transporte de pasajeros: KLM (Países Bajos) en Europa y Avianca (Colombia) en América. Ese mismo año nace en Holanda la IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo), fundada con 32 naciones y 53 miembros de Europa y Norteamérica, cuyos objetivos eran la de representar y apoyar a las aerolíneas en su funcionamiento. Además, fue la encargada de establecer los códigos IATA para los aeropuertos de todo el mundo. Ya en 1939 la compañía Pan American World Airways de Estados Unidos hacía rutas entre el océano Atlántico y el Pacífico transportando de manera combinada personas y correo. En este periodo, concretamente en 1929, se crea la Organización Mundial del Turismo, órgano regulador a nivel internacional.



El código de aeropuertos IATA es un código de tres letras creado para designar a cada aeropuerto del mundo. Los códigos no son únicos (algunos se repiten en varios aeropuertos) y para su confección se toman como primera alternativa tres letras del nombre de la ciudad del aeropuerto, por ej. Madrid=MAD, Barcelona=BCN, Córdoba=ODB (no tienen que ser las tres primeras, ni las iniciales). Dado que la pretensión es que cada aeropuerto tenga un código único, cuando con la anterior opción no es posible, se toman otras alternativas como utilizar el nombre de la ciudad en forma de topónimo (Jerez de la Frontera: Sherry o Xherry= XRY), tomar el nombre de la provincia y no el de la ciudad o utilizar el nombre del aeropuerto (Aeropuerto de París – Charles de Gaulle= CDG). Como última alternativa, está la utilización de sólo dos letras de la ciudad y añadir una letra arbitraria que haga al código singular, como en el caso de Málaga=AGP o Milán-Malpensa=MXP.

Con el estallido de la II Guerra Mundial (1939-1945) el servicio aéreo civil sufrió un parón en el que algunas compañías como Air France o la Greater Japanese Airways dejaron de operar al entrar sus países en el conflicto. Otras, como KLM continuaron su actividad ajenas a la situación mundial. El nacimiento de la aviación a reacción supuso una revolución, ya permitió acortar los tiempos del trayecto al mismo tiempo que disminuía la probabilidad de retrasos e incidentes en los trayectos. En 1944, se creó la OACI (Organización de Aviación Civil Internacional) y se firmó el Acuerdo de Tránsito y el Acuerdo de Transporte que regulan las ocho Libertades del Aire. De esta manera, vemos como una vez más el avance de la tecnología en los medios de transporte sería fundamental para el desarrollo y expansión del turismo a nivel mundial.

En los años 50, España comenzaría a preparar lo que más tarde sería el Boom de su actividad turística, hasta entonces casi inexistente, llevando a cabo diferentes acciones que desencadenaron en la apertura del país al exterior, el desarrollo de la economía y el levantamiento de sanciones y vetos por parte de la ONU. Se creó el Ministerio de Información y Turismo y se comenzaron a realizar los primeros planes y leyes para regular la actividad turística. En la década de los 60, el famoso boom viviría su auge apoyado por una fuerte promoción del segmento de sol y playa desde la administración y la creación de infraestructuras, equipamientos y servicios adaptados a estos turistas. Las

Costa Mediterránea viviría un espectacular desarrollo que se traduciría en la masificación urbanística de los destinos y la destrucción del paisaje a favor de una prosperidad económica efímera y la incursión del país entre uno de los destinos turísticos más importantes del momento a nivel internacional.

Bien conocido el tirón del turismo de sol y playa y a fin de completar la oferta de estos destinos y atraer a los “hombres de negocios”, se comenzó la construcción de palacios de congresos en diversos destinos mediterráneos y el desarrollo de la red de Paradores de Turismo. Así, se en 1967 se inauguró el primer palacio de congresos de España en la localidad de Torremolinos (Málaga), centro que sería escenario de eventos tan variados como certámenes de música, exposiciones culturales, ferias comerciales, congresos internacionales, festivales de cine y celebraciones de actos institucionales de diversa índole.



*Cartel de promoción del veraneo en las playas de Levante de la Dirección General de Turismo.
Año 1941.*

En los años 80, el turismo de sol y playa comienza a dar síntomas de madurez y se apuesta por otras modalidades turísticas con unos valores renovados en términos de ecología, interés por la cultura y el bienestar personal, que darían lugar al desarrollo de segmentos como el de turismo rural y de naturaleza, el cultural o el de salud. En cuanto al segmento de reuniones, se crea la Spain Convention Bureau en 1982, órgano encargado de la promoción de los destinos españoles de negocios. En esta década se crea también el Instituto de Turismo de España, TURESPAÑA, encargado de la promoción del destino España a nivel internacional y de crear valor para su sector turístico, contemplando el turismo de negocios como uno de los segmentos preferentes.

Situación y tendencias. El turismo de reuniones como producto especializado del turismo urbano

Aunque en el apartado anterior se ha visto el largo recorrido que el turismo de negocios presenta, en la actualidad no existe aún una unificación, ordenación y planificación del sector a nivel estatal en España. Con el traspaso de las competencias en materia de turismo a las comunidades autónomas, esta situación se vio agravada dado que las regiones no tenían (ni aún tienen) una base unificadora que les sirva de guía y de cimientos para asentar sus planes de desarrollo del sector de negocios. A esto debemos añadir la descoordinación existente entre los diferentes actores que inciden en el sector. Derivada de esta circunstancia, este sector se encuentra en la actualidad en una etapa de crecimiento y desarrollo a fin de posicionarse como uno de los segmentos preferentes dentro de la actividad turística de España.

Una muestra de esta heterogeneidad conceptual es el gran número de términos que se vienen utilizando indistintamente para referirse a este sector, como turismo de negocios, turismo de reuniones, segmento MICE (Meetings, Incentives, Congresses and Exhibitions), turismo profesional o turismo de eventos.

Afortunadamente, en los últimos años se han creado en España diferentes asociaciones profesionales que están uniendo sus fuerzas a fin de conseguir una ordenación y gestión del turismo de reuniones en nuestro país que favorezca la consolidación de la actividad a nivel internacional. Recientemente se ha creado el Foro de la Industria Española de Reuniones y Eventos formada por las asociaciones profesionales de turismo de negocios en nuestro país:

- OPC España www.opcspain.org
- AFE: Asociación de Ferias Españolas www.afe.es

- APCE: Asociación de Palacios de Congresos de España www.palacios-congresos-es.com
- DMC Spain Destination Management Company www.spaindmcs.com
- MPI: Meeting Professionals International www.mpiweb.org
- ICCA: Asociación Internacional de Congresos y Convenciones www.iccaworld.com
- SITE Spain www.sitespain.org

Este lobby trabaja principalmente por conseguir un sector de turismo de reuniones competitivo a través de la creación de una estructura que aúne los esfuerzos de todos los agentes implicados y conocer la realidad del sector mediante estudios de situación y propuestas, planes conjuntos de promoción y gestión, la lucha contra la competencia desleal y una mayor profesionalización del sector a través de planes de formación específicos homologados.

Consulta el anexo de este libro para saber más sobre la estructura, objetivos y misión del Foro de la Industria Española de Reuniones y Eventos.

Adentrándonos por fin en el sector de turismo de reuniones, es importante saber que esta tipología presenta dos segmentos bien diferenciados atendiendo a: (1) número de viajeros que se desplazan y (2) los motivos de elección del destino:

- **Turismo de Reuniones de Negocios individual:** se trata de un profesional que realiza viajes de manera individual con bastante frecuencia a lo largo del año. Sus viajes tiene como objetivo mantener reuniones con clientes actuales y potenciales o la visita a otras sucursales de la empresa. El destino de sus viajes está condicionado por la localización de sus mercados de interés o los centros de trabajo de su empresa.
- **Turismo de Reuniones de Negocios grupal:** contempla los viajes que realizan grupos de profesionales (de la misma o diferente empresa) a un evento que tiene lugar en un destino turístico designado por un tercero (organizador del evento) basándose en diferentes variables como las infraestructuras, equipamientos y servicios para los negocios que presenta.