



B.P. SERVIMED, S.A. de C.V.

BARRANCA DEL MUERTO 520  
COL. ALPES, MÉXICO, D.F.  
(52)(55)9171-9570  
info@servimed.com.mx



## CONGRESOS DE LA “A A LA W”

### La operación de un congreso

**Dr. Jorge Bistení Bustani (MPI, IAPCO, AMPROFEC)**

Una vez que hemos planeado un congreso o convención, definido los objetivos, las actividades, el programa y hemos decidido el destino y la sede podemos iniciar la operación del evento que hemos de dividir en 3 etapas: Previa, trans-congreso y post-congreso.

En la etapa previa es indispensable elaborar la promoción para difundir el congreso; hay que crear una imagen representativa que aparezca en todos los impresos y envíos electrónicos relativos al evento. Hoy en día existe la tendencia de usar menos papel, menos correo ordinario o mensajería directa que además resulta costosa, y promover los eventos por medio de correo electrónico directo a cada una de las personas de una base de datos, previamente revisada, de posibles interesados en el tema del congreso.

Deben hacerse envíos periódicos cuidando el lenguaje para evitar que los correos pasen automáticamente a la bandeja de “no deseados” de los destinatarios. Siempre deben contener enlaces para que los interesados vean el programa, los conferencistas y puedan inscribirse en línea, método más frecuente en la actualidad. Es muy importante que en esta difusión se hagan explícitas las ventajas de inscribirse en fechas tempranas y en su caso de hacer las reservaciones hoteleras correspondientes.

También en esta etapa es indispensable generar la información para los patrocinadores potenciales del evento con objeto de generar tempranamente recursos para sufragar los pagos y anticipos que deberán hacerse a lo largo del periodo previo al congreso. Cuando existe una exposición comercial asociada al congreso es en este momento cuando se debe crear un plano de la misma y establecer los costos y condiciones de la participación de las empresas interesadas.

Típicamente, entre más cercana está la fecha del congreso, más inscripciones y reservaciones de hotel se reciben a la vez que en esos meses previos debemos contratar todos los servicios necesarios para la operación del congreso: equipo audiovisual, de traducción, montaje de stands, eventos especiales, mochilas o portafolios e impresos. Las actualizaciones a la página electrónica del congreso deben hacerse con frecuencia, sobre todo en lo que se refiere al programa, las cuotas de inscripción y las fechas límite para cada una de las variables como son inscripciones, reservaciones, envío de resúmenes para presentaciones y demás aplicables en cada congreso en particular. De la experiencia del PCO dependerá que todo lo que se contrate sea lo más preciso posible para el número esperado de asistentes. No existe una regla mágica pero el profesional experimentado puede prever esa cifra. Es también en este periodo que se deben enviar las confirmaciones de inscripción y reservaciones hoteleras a cada uno de los asistentes.

Una vez que se cierra el periodo de inscripciones, el PCO debe preparar todo el material de los asistentes al congreso: Gafetes, boletos para eventos o cursos paralelos y portafolios con los materiales que se entregan a cada congresista. Al mismo tiempo debe entregar al o los hoteles participantes los listados de huéspedes, las cartas de instrucciones y los depósitos recibidos de

cada uno de los clientes. Es en este tiempo cuando el PCO tiene la última oportunidad de revisar sus cifras finales en cuanto a materiales, equipos contratados y sobretodo alimentos y bebidas

Al llegar el tiempo del congreso el PCO, que ya preparó todo lo necesario para los preinscritos, deberá instalar una oficina en el área del congreso para entregar los materiales a quienes se inscribieron antes y para atender a aquellos que llegan a última hora. Esta etapa es la más agobiante ya que a la vez se deben checar montajes, equipo audiovisual, instalar la exposición comercial y una serie de servicios de acuerdo a las necesidades de cada congreso como son trabajos electrónicos, Internet y otros. Los días siguientes deberá dedicar su esfuerzo a la operación del evento en su conjunto: Registro, exposición comercial, supervisión de todas las áreas del congreso coordinando al personal subcontratado como son los operadores del equipo audiovisual, del equipo de traducción, de montaje, edecanes, personal de seguridad y cualesquiera otro necesario por el evento.

Una vez concluido el congreso el PCO debe seguir atendiendo una gran cantidad de asuntos ya que ha llegado el momento de cerrar cuentas con hoteles y recintos y con todos los proveedores del evento para finalmente elaborar un informe estadístico y un estado financiero para su cliente.