

"Organización y Gestión de Eventos y Procesos Culturales"

Tema 2. Planificación operativa en gestión de eventos



TEMA 2. PLANIFICACIÓN OPERATIVA EN GESTIÓN DE EVENTOS

BLOQUE II: LA PLANIFICACIÓN OPERATIVA EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES (TEMA 2)

- 2.14. La financiación del evento. Como se financia un festival.
- 2.15. Fuentes de financiación. Patrocinios y mecenazgos.
- 2.16. La financiación mediante cobranding.
- 2.17. Eventos culturales como escenario ideal para las marcas.
- 2.15. La planificación de la logística. Recursos humanos, técnicos y materiales.
- 2.16. Como se organiza la logística de un megaevento.
- 2.17. Gestionar la seguridad del evento.
- 2.18. Gestión eficaz del personal externo del evento.
- 2.19. Nuevos formatos frente a las exigencias de protocolos de seguridad.
- 2.20. La gestión de una crisis en el evento.
- 2.21. Logística de protocolo y ceremonial. Distribución de espacios y tiempos.
- 2.22. Criterios sistemáticos de ordenación. Normas que rigen el protocolo.

Planificación operativa de eventos: PRE-EVENTO

LOGÍSTICA:

- LOGÍSTICA EN RECURSOS HUMANOS:

- Operarios, personal de montaje
- Personal técnico, seguridad
- Personal de producción
- Traductores, azafatos/as, relaciones públicas,....

- LOGÍSTICA TÉCNICA Y MATERIAL:

- Ordenadores, equipos audiovisuales y comunicaciones
- Catering y restauración
- Obsequios, señalización, cartelería, documentación participantes,....

- LOGÍSTICA DE PROTOCOLO Y CEREMONIAL:

- Distribución de espacios y tiempos
- Aplicación de criterios sistemáticos de ordenación

Qué es montar un megaconcierto...

Con sus impresionantes montajes, sus derroches de medios técnicos, y todo el glamour de la estrella, los megaconciertos son los eventos más fascinantes, y también de los más caros (unos cuatro millones de euros).

Las principales etapas del montaje y desmontaje

Adecuación del recinto (tres días mínimos)

Un campo de fútbol no suele estar preparado para este tipo de conciertos. La zona del escenario, por ejemplo, tiene que estar nivelada, ya que si el terreno no es suficientemente duro o si está declinado, hace falta poner un material especial, metálico o plástico, para poder circular con grúas, toros, etc. El concierto de El Ejido requirió obras importantes: en la parte trasera del escenario había tres alturas diferentes (¡de cinco metros!) que hubo que enrasar...

Por otra parte, el diseño de los campos no suele tener en cuenta la evacuación de los miles de personas que están en el césped, por lo que es necesario ampliar las vías de evacuación. En el Camp Nou, se quitaron sillas y se fabricaron nueve rampas de evacuación desde el césped al pasillo de la primera gradería. En El Ejido, se abrieron pasos en las paredes del estadio para crear nuevas vías de evacuación.

Montaje de escenario (tres días)

El escenario es la parte que requiere mayor tiempo de montaje. Los Rolling tienen en gira tres escenarios que se van montando a salto de rana de ciudad en ciudad. El resto del material de "producción" (sonido, luces, vídeo, escenografía, backline, camerinos, catering, pirotecnia, etc.) llega el día antes del concierto (en 40 trailers!). Si bien el mismo material se usa de un concierto a otro, la repercusión en la economía local es grande: personal, grúas, carpas, baños, etc. Para los Stones, el presupuesto local era de unos 700.000 euros, sin contar el material de producción, el caché o el espacio (presupuesto total estimado a unos cuatro millones de euros).

El montaje del escenario se hace en colaboración con la empresa Stageco (diseñador del escenario) e implica grúas, toros, y mucho personal (ver "Tipos de profesionales"). El escenario de los Stones es espectacular: 65 metros de ancho, 25 de fondo y 28 de altura. Está hecho, por supuesto, a medida, teniendo en cuenta, incluyendo palcos laterales, una gran innovación (ver foto). Se montan también varias estructuras, como dos restaurantes y hasta una docena de oficinas.

Montaje de producción (dos días).

El equipo de producción de la banda llega el día antes del concierto y realiza el montaje de sonido, luces, audiovisuales, efectos especiales... Generalmente, no se hacen pruebas con el grupo, que llega, pasa a los camerinos y sube al escenario. Los ensayos ya se hicieron al principio de la gira y en cada concierto los técnicos hacen las pruebas (principalmente de sonido) necesarias.

- LOGÍSTICA EN RECURSOS HUMANOS:

Qué es montar un megaconcierto...

Qué tipos de profesionales intervienen

Personal de montaje (aprox 150 personas)

Son el personal de carga y descarga, los operadores de grúas, los conductores de carretillas. Trabajando en las alturas están los scaffolders (que montan la estructura del escenario) y los riggers (que cuelgan los elementos de luz y sonido).

Personal de servicio (aprox 30 personas)

Intervienen auxiliares de producción, secretarias, telefonistas, personal de catering, de limpieza y electricistas. También trabajan fontaneros ya que se montan fregaderos (para los dos restaurantes) y baños, y que se utiliza a menudo el agua como contrapeso del escenario. Otro tipo de personal son los runners, o mensajeros que realizan los miles de pequeños recados necesarios.

Equipo de producción, de LD Eventos (18 personas)

Este equipo asegura la coordinación de todo el montaje y desmontaje.

Equipo de producción de la banda (120 personas para los Stones)

Son los responsables de producción, técnicos de sonido, luces, video, backline instrumentos) y escenógrafos. El site coordinator es una figura clave. Realiza la inspección técnica con la agencia, cuatro a cinco meses antes de la gira, y controla casi todo los montajes en persona.

El personal de barras

Está gestionado por un empresario que trata directamente con el promotor.

El personal de seguridad (500 personas)

"Para un evento tan grande, no hay empresa en España que pueda proveer toda la seguridad", según LD Eventos. Se trabaja con dos a tres empresas, e incluso cinco en el caso de U2. Hablamos de 500 personas sólo para seguridad. La banda pasa un rider de seguridad (además del rider técnico). Para el evento, hay un responsable de seguridad del show y otro dedicado a la seguridad de la banda.

El personal del escenario de Stageco (empresa de escenarios) consta de 55 personas, desde conductores de camiones hasta coordinadores del montaje y desmontaje de los escenarios.

... y no olvidemos el personal de la promoción, la prensa, los abogados, contables, etc.

Seguridad

Un concierto de este tipo exige una gestión cuidadosa de riesgos. El equipo incluye un responsable de seguridad (un profesional de LD Eventos). Un ingeniero especializado (perito) revisa todo el proyecto, principalmente tres componentes: el montaje del escenario, el montaje eléctrico y el plan de seguridad. Realiza su estudio, que un colegio de ingenieros visa y pasa a la autoridad adecuada (ej: Junta de Andalucía) para su validación. Durante el evento, una UCO (Unidad de Control Operativo – que incluye un responsable de la Cruz Roja, de la policía nacional, policía municipal, bomberos y el responsable de seguridad del evento) sigue el evento y, en caso de emergencia, "toma el mando".

- LOGÍSTICA TÉCNICA Y MATERIAL:

Qué es montar un megaconcierto...

Equipos técnicos

Los departamentos en juego son escenario, video, audio, luces, escenografía, backline, pirotecnia, catering, camerinos. No entramos en detalles, pero en pocas palabras...

Proyección

En estos conciertos, todos los equipos de imagen son de LEDs. No hay proyección. Muy impactante e innovadora fue la gira de U2, que utilizó un muro de LEDs flexible de 600m2, además de dos pantallas de 48m2 (fuimos a ver la empresa XL en Heaven-ver reportaje en este número- que concibió dichos LEDS para esta gira a petición de U2. Estos LEDS flexibles son una novedad importante en el sector).

Electricidad

La corriente proviene en su totalidad de generadores, pero se limita a dos trailers-generadores (uno para luz, otro para video y sonido) y un backup. Y nunca trabajan al límite, sino al 50-60%.

El sonido

El sonido exterior de público ("P.A.") se compone de un bloque principal colgado a cada lado (el "main array"), que lleva las frecuencias altas y medias. Los subgraves se sitúan en el suelo bajo los main array. Según el local, se complementa con un bloque de altavoces más pequeño orientado a las gradas laterales ("side-fill") y otro bloque pequeño a pie de escenario que emite el sonido a las primeras filas ("front fill"). Finalmente se colocan unos bloques de sonido de refuerzo para las zonas más alejadas ("delays").

Iluminación

Prácticamente todo se hace con luz inteligente que permite conseguir infinidad de efectos (hay muy pocos focos convencionales). "La utilización de luminarias LED es uno de los campos que más se está desarrollando en la industria escénica", según Gus Gómez. Y añade: "Sobre todo en iluminación y audio se trabaja con lo último: las últimas mesas de sonido digitales y las últimas novedades en iluminación inteligente, por ejemplo. También se trabaja con tecnología puntera en otras partes no tan apreciables para el público como los motores de movimiento sincronizado por ordenador para mover pantallas y luces, pirotecnia, incluso elementos de ingeniería de construcción en el montaje de la estructura del escenario".

Para Agus García: "Estas dos bandas empujan a toda la industria. No diseñan sus conciertos en función de lo disponible: imaginan un diseño, que los profesionales harán realidad". Por ejemplo, el escenario de los Rolling Stones tenía palcos a ambos lados para los VIP's. También diseñaron un wagon en el cual toda la banda estaba y gracias al cual podían "entrar en el público" en un puente.

Estos conciertos son un producto totalmente definido, incluyendo plano técnico, tipo de personal requerido, etc. La banda sólo llega para tocar, sin hacer ensayos.

Estas bandas empujan a toda la industria. El escenario con palcos laterales, o el wagon para la banda (Guns, los muros de LEDs flexibles de 600 m2 (U2) son verdaderas innovaciones.

Tema 2.
Planeación operativa en gestión de eventos /

gestionar la seguridad de tu evento

¿De qué hablamos cuando nos referimos a la seguridad de un evento? Pues, en este gran saco que es la seguridad metemos permisos, certificaciones, planes, gestiones con las administraciones públicas, normativa, proyectos técnicos, seguros, etc. Implica tener que lidiar con estructuras, pesos que soportan, capacidad eléctrica, aforos, decibelios...

Planificación. La planificación de las medidas de seguridad debe realizarse con independencia del espacio donde se desarrolle. Siempre debemos de tener presente una documentación que nos va a dar cobertura legal: presentar un proyecto donde se hace una descripción de todo el evento y se certifican las estructuras, adjuntar boletín/proyecto eléctrico, justificar las cargas de fuego, prestar especial atención a los recorridos de evacuación, aforos, etc.

Número de asistentes. Como norma general, un evento en el que exista un aforo de más de 100 personas ya debe disponer de un plan de emergencia. Sin embargo este número puede variar si el espacio es cerrado o abierto y según los riesgos que pueda comportar el evento en sí. Y si vamos a eventos más multitudinarios, se requiere un plan más completo: en la Comunidad de Madrid, se exige un Plan de Autoprotección por la Dirección de Emergencia, en función del aforo:



Wrecking Ball Tour: cómo nace un gran show

La gira de Bruce Springsteen se ha caracterizado por su ritmo continuo entre una etapa y otra en suelo español y europeo.

Nos encontramos con Laura Clark, de LD Eventos, para que nos diera un tour en el backstage del evento y para que pudiéramos respirar juntos la adrenalina del pre-evento. La vimos en el Estadio Olímpico de Barcelona, donde estaba preparando, junto con su equipo, una de las cinco etapas de la gira española de Springsteen, empezada la semana anterior en Sevilla. Las Palmas, San Sebastián y Madrid completarían el tour.

Tres días son necesarios al equipo para llevar a cabo el montaje de toda la estructura. Lo primero a ser instalado son las planchas de aluminio que permiten a los camiones llegar al césped del estadio para descargar el material. "A partir de este momento empiezan los que en jerga llamamos steel days, los días de hierro, de trabajo duro, en los que se adapta toda la estructura para el concierto", explica.

Se crean el escenario, el backstage, las oficinas. Se amueblan camerino y quiet room. El césped se cubre con una estructura de tetraplas (proveedores: Galpe 2001, Genial, EPS y Rola-Trac LTD), para protegerlo del impacto con el público (ver el recuadro de al lado).

Todo lo que es relativo al concierto a nivel de producción y realización está definido en los más mínimos detalles por un rider (contrato) que el artista pasa a la promotora local -en este caso Doctor Music-, y que contiene todas las necesidades técnicas, cláusulas y requerimientos de la band. Todo el equipo de producción sigue el documento a rajatabla.

¿Cuál ha sido la mayor dificultad de esta gira? "La gestión de la logística y del personal, sin duda", explica Laura. "Los conciertos de Bruce no implican grandes pirotecnias o montajes escenográficos espectaculares: el show es muy auténtico, lo hacen él y su banda. En una gira de este tipo, con muchos conciertos en un lapso tan breve, el tiempo se convierte en el verdadero enemigo".

Un total de 200 personas intervienen en la construcción y organización de escenario y backstage de cada concierto. "En el caso del Estadio Olímpico de Barcelona no hemos tenido problemas mayores, pero no todos los campos de fútbol están preparados para acoger grandes conciertos", afirma Laura.

"En el caso del Bernabéu, por ejemplo, es imposible acceder con grúas y camiones al escenario, porque simplemente no está pensado para este tipo de eventos. No es raro que a veces tengamos que adaptar la infraestructura a nuestras necesidades."

"La gestión de la logística y del personal han sido sin duda las mayores dificultades de la gira", explica Laura Clark, de LD Eventos

U2 360º

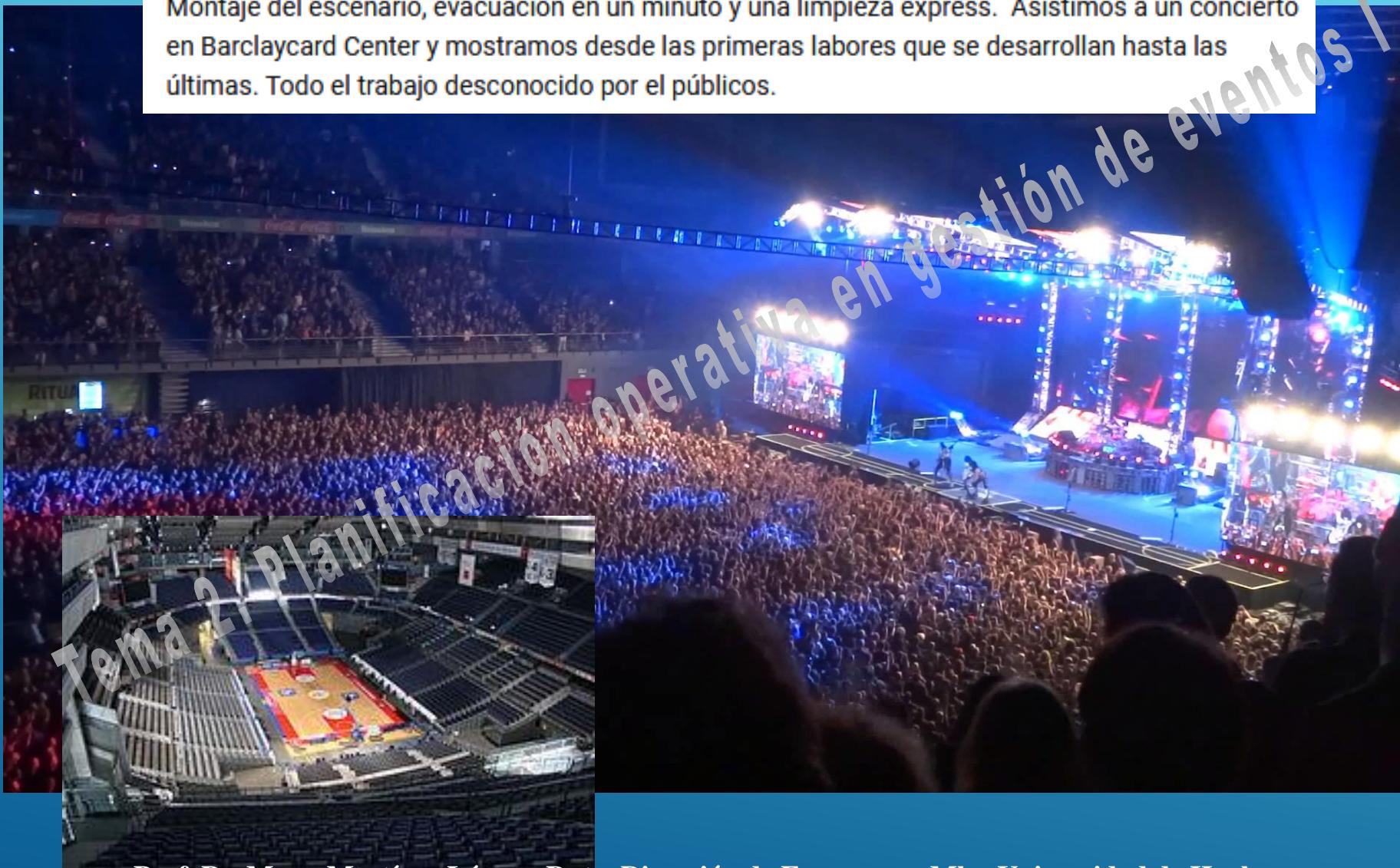


LAURA CLARK
LD Eventos

Tuvimos el gran placer de coordinar la producción local de esta gira mítica caracterizada por el diseño del escenario “The Claw” del reconocido **arquitecto Mark Fisher** que, con una altura de 50 metros fue, en su momento, el escenario más grande que se había creado. La gira arrancó en Barcelona y el equipo en gira llevó a cabo todas las pruebas técnicas y ensayos en el Camp Nou. Era la primera vez que el público iba a experimentar un **concierto de estadio en un formato de 360º de esas dimensiones**, con innovaciones técnicas como unas pantallas de led desplegables o con conexiones en directo con la NASA. Fue desde luego uno de los conciertos más espectaculares del momento y hoy es considerada como una de las giras históricas en la industria de los grandes conciertos.

Logística y seguridad del Wizink Center

Montaje del escenario, evacuación en un minuto y una limpieza express. Asistimos a un concierto en Barclaycard Center y mostramos desde las primeras labores que se desarrollan hasta las últimas. Todo el trabajo desconocido por el público.



La actividad del Wizink Center aporta 220 millones de euros al PIB de la Comunidad de Madrid

- El recinto espera batir su récord de eventos este 2018, tras entrar en el top de mejores recintos del mundo, con grandes citas confirmados como los dos conciertos de U2 en septiembre

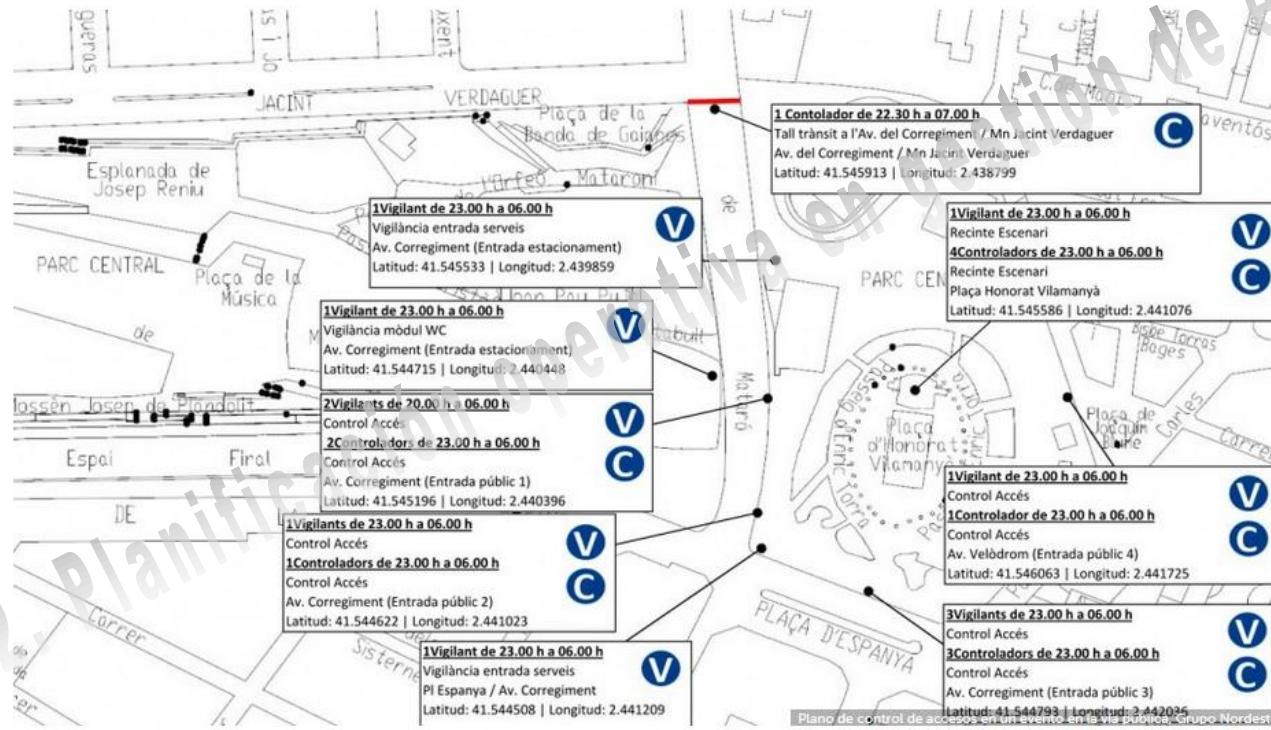
El Wizink Center –Palacio de los Deportes, en la memoria colectiva de los madrileños– cerró 2017 con **156 eventos y 1,4 millones de espectadores**, un 66 % de ellos venidos de fuera de la Comunidad de Madrid. Unos datos, presentados esta misma mañana en el propio pabellón, que le han hecho entrar en la décima posición del ranking «**Top 200 World Arenas**» de la revista americana Pollstar. Su presencia en el



Eventos musicales y deportivos, en su mayoría, que se traducen en la creación de **2.124 empleos directos, indirectos e inducidos**

Cinco cosas que debes saber sobre seguridad en eventos en la calle

Si organizar un evento es ya de por sí complejo, organizarlo en la vía pública o en cualquier espacio público puede convertirse en una pequeña pesadilla si no estás muy al tanto de los reglamentación y los requisitos que impone la Administración, y de las exigentes medidas de seguridad que debes adoptar hasta en los más mínimos detalles, en lo que posiblemente no siempre has pensado. Hemos hablado con la gente de Grupo Nordeste, especialistas en seguridad en eventos, que nos dan cinco consejos muy al grano.



Cinco cosas que debes saber sobre seguridad en eventos en la calle

1. Cuando planifiques el evento, ten en cuenta que la seguridad abarca el montaje y desmontaje, por lo que tienes que disponer de un permiso para tener vigilancia en la vía pública, previa solicitud y pago de tasas.
2. Debes acotar la zona de trabajo durante el montaje para su vigilancia y poder evitar accidentes por parte de personas ajenas al evento. Puedes, por ejemplo, valorar la posibilidad de añadir grandes maceteros o bolardos para evitar la entrada de vehículos en el perímetro del evento.
3. Recuerda que la vigilancia perimetral tiene un importante efecto disuasorio de cara a incidentes, y atentados. Si el espacio del evento está acotado, es necesario controlar el aforo al recinto con controladores en cada uno de los accesos. La señalética es fundamental: de los accesos, salidas de emergencia, aforo, bebidas, menores, etc. Si está prevista una gran afluencia, deberás realizar una vigilancia y control de todos los accesos con controles de vidrio y mochilas.
4. Establece una canal de coordinación y comunicación con las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado.
5. Asegúrate que el personal tenga un índice o listado de comunicación interna en caso de emergencias, todos deben saber a quién llamar en caso de una incidencia, que será quien será el responsable de tomar la decisión de llamar a los servicios de emergencia.

La palabra clave en cuanto a seguridad en un evento, es planificación e información. "A menudo los organizadores toman decisiones de seguridad si conocer la normativa, arriesgándose a que finalmente la Administración no permita la realización del mismo", señala Rocio Perez Beltrán.



5 ERRORES QUE NO PUEDES COMETER AL ORGANIZAR UN CONCIERTO

No controlar el aforo del concierto

No contar con la seguridad necesaria

Realizarlo en fechas inapropiadas

No comunicar el evento correctamente

No contar con los materiales necesarios



GRAN CITA ANUAL DE REVLON PROFESSIONAL

Un evento, tres montajes, tres experiencias. 7 trailers, 120 técnicos, 48 horas de montaje.

Salón del Automóvil de París



Tema 2. Planificación operativa en gestión de eventos /

¿Cómo gestiona el Circo del Sol sus grandes montajes con carpas?

Gestionan cientos de ubicaciones en todo el mundo, en las que crean estructuras temporales para miles de personas... sin nunca tener un accidente grave (¡dedos cruzados!). Así que son probablemente de los mejores en términos de seguridad de carpas y de las claves y las absurdicias de las regulaciones a nivel internacional. "Ellos" son el Circo del Sol, el creador de emoción y magia que conoces... pero también profesionales extremadamente rigurosos en seguridad. Tuvimos el privilegio de hablar con Jean Francois Simard, responsable del cumplimiento de normas en estructuras temporales, desde la preparación del sitio y el montaje de la carpa con la implementación de protocolos de seguridad, y hasta el desmontaje.

¿Qué parte de la instalación se maneja desde el equipo de CdS, y qué parte está en manos de agentes locales?

Gestionamos internamente todo el proyecto; que solo contratan a profesionales locales de forma individual para ayudar a implementar el proyecto y complementar nuestro equipo, pero no contratamos empresas contratistas de otro modo que para el equipo de maquinaria pesada ... Queremos controlar completamente el proceso, por lo que necesitamos tener nuestro equipo responsable de cada módulo (las principales son la fontanería, la electricidad y aire acondicionado; edificio de tienda de campaña, seguridad ...). Tienen esta responsabilidad en dos momentos principales: durante la instalación, y durante los espectáculos.

¿Cuánto tiempo dura el montaje?

Como norma general, 10 días para el montaje y tres para el desmontaje. Es muy corto. 130 personas están involucradas en este proceso. Un detalle: no tenemos estructuras de alojamiento, ya que nadie vive *in situ*, a diferencia de los circos tradicionales, sino que se alojan en hoteles o apartamentos. Esto es mejor para la seguridad, la comodidad, la gestión, las licencias (no tener un alojamiento fijo puede dificultar los visados).



¿Cómo gestiona el Circo del Sol sus grandes montajes con carpas?

¿Cuáles son los riesgos más serios que gestionáis?

Parece que la clave es siempre la evacuación... Casi todos los riesgos conducen a la evacuación, de ahí su importancia. La mejor manera de evitar un problema es simplemente de no estar en la carpa, así que hay que asegurarse de que se pueda sacar a todo el mundo fuera de la carpa y fuera del sitio, de forma rápida.

Podemos evacuar una carpa de 2.000 personas en 2 minutos y 13 segundos. Por supuesto, el tiempo de evacuación es teórico y se basa en la velocidad de la multitud en el ancho de los pasillos. Hemos hecho simulaciones de evacuación en Montreal utilizando sólo cinco puertas de las 10, y tuvimos muy buenos resultados en el tiempo de salida.

También tenemos que saber que los códigos de seguridad toman en cuenta que una o varias de las puertas pueden estar bloqueadas por el problema que causa la evacuación (incendio, etc.). Por ello, el número de personas evacuadas por cada salida se basa en una proporción de 50%, para dar cabida a un exceso de capacidad en uno a la puerta de salida.



Las ovejas son capaces de salir de un local en situaciones de pánico de forma más ordenada que los humanos

Científicos de las universidades de Pamplona y Zaragoza, que investigan cómo evitar avalanchas, han comprobado cómo en determinadas ocasiones las ovejas son capaces de salir de un local en situaciones de pánico de forma más ordenada que los humanos.

Antes de la ovejas observaron que **un conjunto de bolas huía mejor si se les colocaba un obstáculo**, igual que se comporta un rebaño de ovejas. "Con el obstáculo hay menos atasco que sin el obstáculo", señala el profesor.

Por último, pidieron la colaboración de 200 soldados. **Sorprendentemente, con personas el obstáculo no tiene un efecto**. Sin embargo, el obstáculo previene unos movimientos que aparecen como de bandadas tipo pájaro que son muy peligrosas por las caídas", explica Iker Zuriguelm profesor de la Universidad de Navarra.



APRENDER DE LAS OVEJAS

Prof. Dr. Manu Martínez López - Dpto. Dirección de Empresas y MK - Universidad de Huelva

10 consejos para tu gestión eficaz del personal externo de eventos

1. Sé previsor. "Es frecuente que el tema del personal se deje para el final, de tal manera, que cuando nos hacen la petición tenemos poco margen para montar el servicio. Pedir el personal con más antelación nos proporciona la posibilidad de formar buenos equipos y asegurar la disponibilidad de los perfiles más adecuados para las necesidades del cliente", señala Franco. En esta previsión ten en cuenta el timing, coordinación entre los diversos proveedores, por ejemplo con el espacio, para optimizar horarios de trabajo y evitar tiempo muerto.

2. Realiza un brief detallado sobre las funciones, horarios, servicios, actitud e imagen que buscas así como sobre las características del evento, los plazos y los objetivos a seguir. Esto les permitirá organizar al personal más cualificado para cada función, y ¡jojo!, evitar acciones que pueden estar fuera de la legalidad. "Por ejemplo, si un cliente nos pide cuatro montadores pero sin detallar qué tipo de trabajo van a realizar, y luego piden a uno de ellos que trabaje en altura, sin que tengan los cursos y los EPIS obligatorios", señala Franco. In situ, para determinado tipo de staff, como azafatas o camareros, tómate un tiempo y hazles un brief para asegurarte que se han contemplado todos los detalles. Motiva al personal y evita problemas de organización y falta de productividad.

3. La buena supervisión de los equipos es clave para estar informado a tiempo real de imprevistos y poder reaccionar lo antes posible en el caso de tener que tomar alguna medida. Siempre debe haber un responsable en cada servicio que controle la puntualidad en llegadas y salidas y el correcto desarrollo del servicio. En este sentido, te recomiendan también que incluyas un coordinador de personal en grandes eventos, que te permitirá concentrarte en lo tuyo y optimizar las capacidades de cada trabajador.



10 consejos para tu gestión eficaz del personal externo de eventos

4. Déjate asesorar por estas empresas. Existen aspectos como horarios, transporte, turnos, etc. en los que son profesionales y pueden ayudarte a optimizar el presupuesto consiguiendo menores costes y una mejor producción al evitar ineficiencias.
5. Ten en cuenta que el personal para el evento será la imagen de la empresa o de la marca, por lo que busca empresas que te garanticen variedad de perfiles profesionales, no cualquiera vale para todo.
6. Comprueba la cualificación de los trabajadores: licencias, carnets de chofer o de manejo de maquinaria por ejemplo, de manipulación de alimentos, etc.
8. En los grandes eventos, donde es posible que haya personal con menos experiencia, asegúrate que trabajará junto con personal muy experimentado.
9. La seguridad de los asistentes, pero también de los trabajadores es prioritaria, por lo que se deben prever los posibles imprevistos y establecer un protocolo para minimizar el impacto con tu empresa de recursos humanos, además de realizar planes de seguridad, solicitar licencias, realizar y visar proyectos técnicos, y desarrollar estudios de impacto ambiental, entre otros. Es necesario dotar al personal de los medios necesarios para su trabajo y cumplir la normativa en materia de prevención de riesgos laborales.
10. Cita al personal con anticipación en la ubicación del evento, así aseguras que tienen tiempo suficiente de ubicar vestuarios, uniformarse y hacer un reconocimiento del lugar de trabajo.



Nuevos formatos frente a las exigencias de seguridad sanitaria

Tags: seguridad Covid-19, espacios para eventos

Si hay que mantener las distancias se mantienen, aunque eso suponga trocear literalmente las gradas. El Virgin Money Unity Arena en Newcastle se ha postulado como el primer lugar dedicado a la música 'socialmente distanciado' de Reino Unido, y esta misma semana lo han demostrado. En el gran espacio libre que dispone este venue, han dispuesto frente a el escenario los asientos de una forma original: han creado plataformas de metal personales semipermanentes para grupos de hasta cinco personas separadas entre sí por la distancia de seguridad en una especie de tribunas VIP.



Nuevos formatos frente a las exigencias de seguridad sanitaria

Tags: seguridad Covid-19, espacios para eventos

Si hay que mantener las distancias se mantienen, aunque eso suponga trocear literalmente las gradas. El Virgin Money Unity Arena en Newcastle se ha postulado como el primer lugar dedicado a la música 'socialmente distanciado' de Reino Unido, y esta misma semana lo han demostrado. En el gran espacio libre que dispone este venue, han dispuesto frente a el escenario los asientos de una forma original: han creado plataformas de metal personales semipermanentes para grupos de hasta cinco personas separadas entre sí por la distancia de seguridad en una especie de tribunas VIP.



medidas sanitarias a aplicar en eventos

Distancias de seguridad

No hay escapatoria: la organización debe planificar las tareas y procesos de tal forma que se garantice la distancia de seguridad establecida por las autoridades sanitarias (1,5 metros), algo a tener en cuenta en la disposición de todos los elementos, muebles, todos los puestos de trabajo del evento, montajes y desmontajes, ponentes y participantes. La idea que se ha expresado en otros protocolos de que se pueda reducir esta distancia en caso de llevar mascarilla no aparece aquí. Sin duda una mala noticia para nuestro sector, que aparece peor tratado que otros. La idea de que estemos en el bus sentado a menos de 1,5m pero esta opción no aparezca en eventos puede sorprender.

Aforos

Además de mantener siempre estas distancias, en ferias se aconseja una persona cada 3m² como máximo. En reuniones, se limita al 50% de aforo en auditorios o espacios con graderíos, y 1 persona cada 2m² de superficie en las salas de reuniones y otros espacios diáfanos. Poco más aparece sobre esta noción de aforos, aunque las CCAA probablemente harán su propia adaptación (Galicia ha publicado sus normas ya, hablando de un 70% de aforo). En todo caso, se aplicará lo más restrictivo entre aforo y distancia (1,5m), y casi siempre el elemento que nos limitará será esta distancia.

Para cuidar este tema de distancia, la norma recomienda:

- Implementar sistemas de conteo de personas y control (automáticas o manuales) de entrada y salida para conocer en tiempo real el número de personas en cada momento.
- Identificar puntos de potenciales aglomeraciones y tener personal para evitarlos.
- Implementar horarios que permitan tiempos para la limpieza y desinfección profunda del espacio.
- Disponer de gráfica, señalética o personal que ayude a gestionar el tráfico de personas.

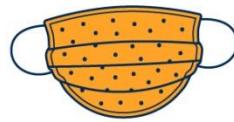
medidas sanitarias a aplicar en eventos

Los accesos

- Se recomienda concentrar los puntos de acceso al espacio, para facilitar el control y los protocolos de seguridad.
- También fomentar las gestiones y pagos *online* y la sustitución de los procesos manuales por otros digitales (por ejemplo, envío de acreditaciones *online*, descarga de acreditaciones en el móvil).
- Gestionar las colas (por ejemplo, a través de marcadores de suelo o catenarias/cintas separadoras), respetando la distancia de seguridad (a menos que se use mascarilla por parte de todos los participantes y empleados) en mostradores de registro y acreditaciones, oficinas de atención al expositor/montador/decorador, secretaría técnica, etc.
- Informar previamente al participante (por ejemplo, visitante, congresista, expositor, ponente o poseedor de acreditación) mediante cartelería u otros medios de las condiciones de acceso, sobre el cumplimiento de protocolos de higiene y distancia de seguridad y sobre la aplicación del derecho de admisión en caso de no cumplimiento de dichos protocolos.
- Habilitar puntos con solución desinfectante en los accesos.

Zona de networking

- Se debe considerar hacer uso de mesas y mostradores de mayor tamaño, así como de mamparas de fácil limpieza y desinfección que permitan la separación física entre participantes.



SOLUCIONES SANITARIAS ANTI-COVID EN EVENTOS

DESINFECCIÓN SUPERFICIES



Filtros HEPA
Filtros de carbono activo
Nebulizador desinfectante
Pulverización electroestática
Radiación ultravioleta
Máquinas de ozonización
Probióticos ambientales



ACCESO AL EVENTO

Tests antígenos / PCR
Sistema control de aforo
Control temperatura
Túneles de desinfección
Alfombrillas desinfectantes
Dispensadores gel



DENTRO DEL EVENTO

Señalética
Itinerarios flujo asistentes
Dispositivos alerta distancia social
Dispensadores gel
Higienización constante
Ventilación y renovación del aire



Man

REGISTRO

Check-in online / paperless
Documentación en QR
Mamparas protección
Desinfección por UV en guardarropa
Sistema trazabilidad bluetooth



medidas sanitarias a aplicar en eventos

La responsabilidad del organizador

- 1.Contar con un comité de seguridad y salud o en su defecto con un comité para la gestión del riesgo.
- 2.Elaborar un Plan de Contingencia que debe detallar las medidas concretas que va a adoptar para reducir los riesgos de contagio por el coronavirus SARS-CoV-2.
- 3.Informar sobre las medidas preventivas e higiénico-sanitarias implantadas y de obligado cumplimiento tanto a los asistentes como a las empresas proveedoras.
- 4.Definir y supervisar el cumplimiento de todas las medidas de seguridad y salud y las recomendaciones de las autoridades sanitarias.
- 5.Coordinarse con los diferentes proveedores para garantizar su cumplimiento y solicitarles sus propios protocolos.
- 6.Proporcionar los EPI adecuados conforme a los resultados de la evaluación de riesgos laborales a sus empleados. En caso de que algún servicio se encuentre subcontratado), la organización titular o principal, en su caso, debe supervisar que el personal cuente con los equipos de protección individual necesarios.
- 7.Determinar e implantar un protocolo de actuación en el caso de que un empleado o participante muestre sintomatología compatible siguiendo las directrices de autoridades sanitarias, en general, y lo establecido en el "Procedimiento de actuación para los servicios de prevención de riesgos laborales frente a la exposición al nuevo coronavirus (SARS-CoV-2)", del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, cuando se trate de trabajadores.
- 8.La organización gestora del espacio en el que se celebre la actividad debe prever una zona de aislamiento hasta la llegada de los servicios de salud.
- 9.De forma general, la organización gestora del espacio es responsable de la determinación de los aforos máximos (cumpliendo en todo caso con las directrices que dicten las autoridades sanitarias), de la gestión de colas, del cumplimiento del mantenimiento de la distancia de seguridad entre participantes y con el personal, y del cumplimiento de las medidas preventivas e higiénico-sanitarias.
- 10.La organización debe adaptar su plan de limpieza y desinfección teniendo en cuenta la evaluación de los riesgos y asignando un responsable para su implementación y seguimiento. El plan de limpieza y desinfección debe incluir los espacios utilizados por los participantes, aseos y áreas de almacenamiento, considerando un incremento de las frecuencias de limpieza y repasos, especialmente en las zonas de mayor contacto.

Las agencias MICE crean el sello 'Covid Safe Incentive & Event'



Super Bowl Halftime Show Timelapse 2015



Tema 2. Planificación operativa en gestión de eventos / La actuación de Katy Perry en el Super Bowl XLIX (2015) ostenta el récord de audiencia con más de 118,5 millones

EMA-Talk: ¿estás preparado para gestionar una crisis en tu evento?

Tu evento abre puertas dentro de media hora, en Fira Barcelona... pero está un tráiler ardiendo en el parking detrás de tu pabellón. Tienen que entrar miles de personas dentro de media hora, pero hay este incendio, humo que se ve desde lejos, la calle adyacente cortada (afectando el tráfico) y no sabes si tráiler el arde por accidente o si hay algo posiblemente más peligroso (¿un ataque terrorista que empieza mal?). ¿Qué haces? Esto es el briefing resumido al cual miembros de la EMA (Event Managers Association of Spain) intentaron contestar en esta apasionante sesión muy práctica y participativa. Un ejemplo de cómo una formación puede ser concreta, implicar a los participantes, y tratar de un tema verdaderamente fundamental para la profesionalidad de los event managers.

Si pasa un problema serio de este tipo, tendrás que tomar decisiones y definir prioridades. ¿Cancelas el evento, lo retrasas? ¿Cómo gestiones las colas que se pueden formar? Saldrán comentarios de pánico, de enfado o rumores falsos en redes, ¿qué haces? Los sponsors han pagado por un evento cuyo planning está afectado, ¿qué les comunicas? Los asistentes tendrán mil dudas, ¿qué les dices y cómo? ¿Les dices que no vengan, o defines una solución in situ para que puedan esperar hasta poder entrar en la sala? Si hay gente dentro del recinto ya, ¿qué haces con ellos? Tienes que contestar a todo esto con la enorme presión de tener un evento que empieza dentro de media hora, así que si estas preguntas te cogen sin estar preparado, perderás valiosos minutos y el problema se puede volver muy serio. Tienes que haber definido un plan antes y saber quién tiene que estar implicado (el recinto y su responsable de seguridad, el responsable del evento y de la seguridad del mismo, la dirección de la empresa, la policía, los bomberos...).

La gestión de crisis no es una gestión de grandes dramas, sino de toma de decisiones y saber reaccionar en caso de que un problema afecte el evento. Un ataque terrorista es dramático, un camión que arde puede serlo... pero tienes que contar con mecanismos de gestión de problemas, aunque sea qué hacer si se rompe tu sistema de registro justo antes del evento... Así que hazlo: quizás te dices que es poco probable un ataque termonuclear... pero algo que provoque una crisis en tu evento es muy, muy posible.

No puedes empezar a pensar cuando llegue el problema, tienes que saber a quién implicar, cómo encontrarles y comunicarte con ellos, quién tiene el poder de decisión. ¿Lo bueno? Si bien hacer un plan de gestión de crisis al detalle es un trabajo complejo, definir las grandes claves que permiten evitar el pánico cuando llegue el problema no lo es tanto.

Los escenarios no son lo importante: lo son los procesos de decisión. Las situaciones de crisis son tantas que no se trata de definir todos los escenarios posibles y tener respuestas a todos, algo imposible. No se trata de definir la decisión que tomarás, sino quién decide, quién es responsable, a quién tendrás que informar (sponsors, expositores, participantes, equipo, policía, etc.), quién puede informar y cómo...

La comunicación es esencial. ¿Sabes cómo encontrar a cada persona importante (policía, bomberos, responsable de seguridad del recinto, responsable del evento, persona apoderada de la empresa...?) ¿Sabes cómo comunicarte con todos los asistentes (la app es una solución posible)? Los primeros son esenciales para poder tomar decisiones, los segundos porque son los afectados y es esencial comunicarte con ellos para que no cunda el pánico, o para darles instrucciones.

Cuidado con las redes. Especialmente importante, según Nick, es tener la información buena y no dejarse cegar por información de redes sociales o información incorrecta. En una crisis, todo el mundo habla y los rumores pueden ir rápido y condicionar las reacciones de la gente o provocar enfado.

Una checklist que te ayudará a gestionar crisis en eventos

La lista divide la responsabilidad en tres fases: recuerda que la gestión de crisis no se trata de qué hacer cuando sucede: más bien consiste en saber cómo prepararse antes del evento y qué hacer después... aunque, por supuesto, lo que se hace durante el evento tiene importancia también! Aquí está la lista de verificación: se honesto y, sobre todo, asegúrate de resolver lo que no está listo.

Antes de la crisis

- Si tuviéramos una crisis hoy, debemos estar listos para comunicar a todos nuestros grupos de interés internos y externos con mensajes dirigidos y personalizados.
- Ensayar un escenario de crisis, en los últimos 12 meses, ya sea físicamente o sobre el papel
- Entrenar a nuestros líderes/portavoces, en el último año, para intervenir en los medios
- Tener un sistema claro para decidir qué desencadena una respuesta a una crisis, ya sea un evento real, la percepción de la empresa, limitación de daños, prevención o gestión de la reputación.
- Nuestros clientes deben conocer nuestros procedimientos de crisis, al igual que nuestras oficinas descentralizadas o en el extranjero y nuestra cadena de suministro.



Una checklist que te ayudará a gestionar crisis en eventos

Durante la crisis

- Contamos con un centro de comando de crisis claro (incluido fuera de horas y virtual) donde se toman decisiones y se acuerdan mensajes
- Tenemos claro quién forma un equipo de crisis y el rol de cada persona dentro del equipo
- Crear un sistema robusto para monitorear la cobertura de redes sociales y recursos suficientes para responder
- Los mensajes deben estar predefinidos y ser específicos para cubrir diferentes escenarios de crisis y poder usarlos o adaptarlos cada vez que surge una crisis.
- Sabemos qué flujos de trabajo se pueden alterar, tirar o cambiar en caso de una crisis.



Una checklist que te ayudará a gestionar crisis en eventos

Post-crisis

- Tenemos un sistema claro para aprender de una crisis y comunicar lo que hemos aprendido a nuestros grupos de interés
- Cuando miramos hacia atrás en una crisis, podemos estar seguros de que tenemos:
 - Responsabilidad admitida (si corresponde)
 - Actuado con transparencia y apertura
 - Hacer las cosas bien con los clientes, cambiar nuestra cultura corporativa si es necesario
 - Solucionado el problema
 - Actuado con honestidad
 - Hemos sido claros sobre el alcance y la naturaleza del problema
 - Mostramos autenticidad
 - Se lo hemos comunicado a quienes tienen un rol más alto como compañía
- Tenemos recursos suficientes para permitirnos reconstruir las soluciones de confianza/ búsqueda, incluso mientras se desarrolla la crisis
- Entendemos lo que significa reconstruir la confianza en nuestro negocio
- Podemos estar seguros de que enfrentar una crisis ayudará a que nuestra compañía sea más resistente.

Fyre en Netflix: lecciones de un evento desastroso

He aquí un evento que podría aspirar al título de evento más fracasado de la historia. Un festival que prometía muchísimo (se puede resumir como "un festival en una isla de encanto de las Bahamas (la ex isla de Pablo Escobar, ¿por qué tiene tanto tirón un criminal?), con top models e influencers, en villas de lujo, con un coste de participación de miles de dólares". Una especie de fiestón para 'wannabes', para esta población tan ansiosa de vivir un mundo de éxito social (social en el sentido de "redes sociales"). Como muchos, hemos visto el documental de Netflix y entendido cómo el evento más prometedor de los últimos años se ha convertido en un desastre absoluto. Y como obsesivos de los eventos, sacamos unos aprendizajes.



Fyre en Netflix: lecciones de un evento desastroso



Fyre en Netflix: lecciones de un evento desastroso

La creatividad puede hacer ganar un evento, la producción lo puede hundir. La idea de este festival de alta gama, que combine música con un lifestyle absoluto, había conquistado a sponsors y asistentes. Pero lo que lo mató fue la producción, aspectos como el montaje, los alojamientos, los transfers, el caos en el aeropuerto.

¡Qué aburrido es hablar de baños y abastecimiento de agua! Pues sí, es más divertido grabar modelos en la playa que planificar tuberías... pero la logística y la producción son fundamentales. Este evento se empezó a concebir y comunicar antes de tener un plan de producción completo, antes de entender los enormes retos que supone montar un festival en un sitio no preparado. Baños, wifi, alojamiento... eran enormes dolores de cabeza que se plantearon muy tarde. La producción se empezó a organizar de verdad menos de dos meses antes del festival. Ahora, ¿quién se quejará de que su cliente le da poco tiempo?

El mundo ha cambiado desde Woodstock. El productor comenta el caos que fue el mítico festival sesentero y comenta que si, a pesar de este caos, fue recordado como un momento único, entonces Fyre podría serlo también a pesar de los problemas de producción que se predecían. Solo olvidó dos cosas: primero que el evento se vendió como lujoso (Woodstock no) y por tanto tenía que cumplir. Somos menos guerreros que nuestros padres... Y sobre todo, casi 50 años más tarde, el mundo, la ley, la noción de seguridad en un evento, han cambiado un poquito. Con las redes al acecho de cualquier fallo.

¡Sálvese quien pueda! Estar en un evento y no tener comida o temer por su alojamiento convierte a cualquier multitud, por muy educada y pija que sea, en guerreros luchando por su vida, peleando para conseguir una tienda. En momentos de estrés, los asistentes olvidan sus principios de buena conducta. De hecho es casi una suerte que no haya habido violencia física o algún muerto.

Cuestiona, cuestiona. Fyre fue lanzado por un emprendedor de enorme éxito. Quizás por esto, o quizás por comodidad, su equipo y contratistas siguieron trabajando aunque parecía cada vez más claro el fracaso anunciado. Quien trabaja en eventos tiene la responsabilidad de (por muy talentoso o adinerado que sea el cliente) cuestionar a su cliente y destacar aspectos que se ve que no funcionarán. Es divertido ver a varios de los contratistas preguntarse después cuál ha sido su responsabilidad en lo que pasó...

¡El compromiso! ¿Será verdad? En todo caso, el productor del evento (homosexual) cuenta que el organizador le pidió ir a 'salvar' los camiones cisterna de agua... practicando sexo oral al responsable local de aduanas. Al final no fue necesario, pero esto podría entrar en el hall of fame de "do whatever you have to do" para salvar el evento. Ahhh, y a modo de aprendizaje más serio: temas de aduanas en destinos un poco exóticos, se tienen que organizar con mucha antelación. Este factor hubiera podido arruinar el evento.

Fyre en Netflix: lecciones de un evento desastroso

El poder del influencer. Sentimos recordarte lo obvio pero tenemos aquí un ejemplo de convocatoria hecha a base de poner a top models en una playa de las Bahamas, corriendo, riendo como buenas amigas, mirando la cámara con profundidad... y por muy ridículo que sea este falso Eden, funcionó de maravilla: las entradas se agotaron en un tiempo récord.

... pero una imagen te puede también destruir. El evento se vendió utilizando imágenes y redes sociales... pero quizás el golpe más fuerte a nivel de imagen contra el evento habrá sido esta foto que seguro que has visto, de un triste bocadillo abierto en una caja de plástico, la comida de bienvenida a un evento que prometía ser lo mejorcito. Más que cualquier concepto, palabra, tema legal... esta imagen que se viralizó como la pólvora resumió la estafa que era este festival.

Murphy existe. Bueno, esto ya lo sabías, pero la noche antes del evento, con una zona de alojamiento que no consistía en villas lujosas sino en las tiendas que se utilizaron en el momento del huracán Katrina, llovió a chorros y todo quedó empapado. En fin, todo iba mal, y Murphy hizo que todo fuera peor, mucho peor.

Cuidado con temas legales y financieros. El evento se empieza a concebir y comunicar pensando en una isla... que al final los organizadores no consiguen, con lo cual tienen que encontrar un plan B (que acaba siendo un plan C). Y a nivel financiero también, este evento se organizó siguiendo un actitud "barra libre", sin tener previsto todo lo que había que financiar, inventando ingresos adicionales sobre la marcha (una pulsera que pedían pre-cargar con miles de dólares para gastos in situ por ejemplo)... y acabó sin pagar a sus proveedores, a los trabajadores locales.

El estrés y sufrimiento. Vale la pena hacer las cosas bien: varios profesionales hablan de lo traumática que ha sido toda esta experiencia. Te recordamos que organizar eventos es uno de los oficios más estresantes que haya, e imagino el nivel de trauma que habrán vivido. Así que vale la pena hacer las cosas bien, aunque sea solo para dormir mejor por la noche.

No olvidemos: ante todo es la historia de una estafa, de malas prácticas básicas de negocios, de un emprendedor que crea un sueño y olvida la realidad (y la moralidad). Pero para un profesional de eventos, es un documental a ver absolutamente. Disfruta ¡y alégrate de nunca organizar este evento!

Fyre en Netflix: lecciones de un evento desastroso



Fyre en Netflix: lecciones de un evento desastroso

El estafador, los ricos 'millennials' y el festival fantasma: la historia que visualiza la burbuja 'influencer'

Dos documentales recién estrenados profundizan en el desastroso Fyre, un evento que descubre un negocio boyante basado muchas veces en irrealidades



Es la historia de una crisis que refleja demasiadas cosas sobre cómo el mundo de las redes sociales, los 'influencers' y los jóvenes millonarios se ha convertido en una selva poblada por caraduras y vividores

Un nuevo documental de Movistar+ repasa el mayor timo de una generación

Indignación de los onubenses por el "engaño" del parque temático de la Navidad de Lisboa

- Varios visitantes de Huelva con entradas compradas tratan de recuperar el dinero y no viajar
- Las organizaciones de consumidores dan las pautas y el modelo de reclamación para afectados



La imagen promocional del parque temático de la Navidad de Lisboa. / HUELVA INFORMACIÓN (Huelva)

CAPITAL DO NATAL



PUBLICIDAD



REALIDAD



Tema 2. Planificación operativa en gestión de eventos /

Indignación de los onubenses por el "engaño" del parque temático de la Navidad de Lisboa

 FACUA 
@facua 

FACUA denuncia al parque temático navideño 🎄 portugués Capital do Natal por publicidad engañosa 🤦‍♂️ facua.org/14827



 facua

FACUA denuncia al parque temático navideño portugués C...
La asociación ha recibido numerosas quejas de usuarios de que el estado real de las instalaciones no se asemeja al que publicitan a facua.org

13 12:03 - 3 dic. 2019 

 Ver los otros Tweets de FACUA 

La empresa responsabiliza a blogs y agencias de viajes

La **empresa organizadora de Capital do Natal** emitió un comunicado en el que señalaba que "a propósito de las quejas de visitantes que acusan la Capital de la Navidad de fraude y publicidad engañosa, Christmas Fun Park, entidad responsable de la organización del evento" aclara que "hemos analizado la información y hemos tomado conocimiento de que algunas entidades en España, como blogs y agencias de viaje, canalizan una información incorrecta sobre el evento". Como consecuencia de



AFFECTADOS CAPITAL DO NATAL

Buenos días:

Si eres un afectado por la venta de entradas del Capital Do Natal en Lisboa, y quieres formar parte de nuestra reclamación colectiva, mándanos cumplimentada el documento anexo a uce-extremadura@ucex.org

Te iremos informando.



UNIÓN DE CONSUMIDORES DE EXTREMADURA

Plaza de Santa María, 2
06000 Mérida
Tfno.: 924 362.178
Fax: 924 311 122
uce-extremadura@ucex.org
www.ucex.org

AFFECTADOS CAPITAL DO NATAL (LISBOA PORTUGAL).

NOMBRE COMPLETO:

DNI:

TELÉFONO:

E-MAIL:

CANTIDAD ABONADA:

DOCUMENTACIÓN APORTADA:

SOCIO DE UCE: SI – NO

Planificación operativa de eventos: PRE-EVENTO

LOGÍSTICA:

- LOGÍSTICA EN RECURSOS HUMANOS:

- Operarios, personal de montaje
- Personal técnico, seguridad
- Personal de producción
- Traductores, azafatos/as, relaciones públicas,....

- LOGÍSTICA TÉCNICA Y MATERIAL:

- Ordenadores, equipos audiovisuales y comunicaciones
- Catering y restauración
- Obsequios, señalización, cartelería, documentación participantes,....

- LOGÍSTICA DE PROTOCOLO Y CEREMONIAL:

- Distribución de espacios y tiempos
- Aplicación de criterios sistemáticos de ordenación