

"Organización y Gestión de Eventos y Procesos Culturales"

Tema 3. Planificación operativa en gestión de eventos



BLOQUE II: LA PLANIFICACIÓN OPERATIVA EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES (TEMA 3)

- 3.1. **Evento**. Los días previos a la celebración del evento.
- 3.2. Check list, software y aplicaciones web de gestión operativa de eventos.
- 3.3. Las acreditaciones en eventos. Innovaciones tecnológicas para acreditaciones.
- 3.4. Evento. Acciones a gestionar durante la celebración del evento.
- 3.5. La dirección de comunicación y gestión de prensa.
- 3.6. Pasos a seguir para una eficaz gestión de prensa.
- 3.7. Gestión de contenidos y difusión del evento.
- 3.8. La difusión del evento. El factor celebrity.
- 3.9. La difusión del evento. El efecto Wow y la puesta en escena.

BLOQUE II: LA PLANIFICACIÓN OPERATIVA EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES (TEMA 3)

- 3.10. La importancia del facilitador en el desarrollo del evento.
- 3.11. Cómo hacer fluir el networking durante el evento.
- 3.12. El storytelling para eventos. Historias que conectan.
- 3.13. Organización de un team building y diseño de un room escape.
- 3.14. Post-evento. Evaluación y cierre del evento.
- 3.15. Post-evento. Control y evaluación de resultados.
- 3.16. Cómo fomentar la participación después del evento.
- 3.17. Factores críticos de éxito de un evento.

Qué es un facilitador y por qué necesitas tener uno en tu evento

Facilitador. Un término que cada vez se oye más y va cogiendo, poco a poco, presencia en los eventos. Pero, ¿qué es exactamente? Muchos tenemos en mente la imagen de un moderador o incluso un presentador que hace de maestro de ceremonias y da paso a los distintos speakers del evento. La semana pasada, en las sesiones formativas de MPI y de la mano de Chema Gómez de Mindmeetings, descubrimos lo que verdaderamente aporta esta figura, sus características y cómo trabaja. Te traemos los principales aprendizajes.



Qué es un facilitador y por qué necesitas tener uno en tu evento

La figura del facilitador surge, ante todo, de la necesidad de hacer mejores eventos y más productivos. Más allá de cubrir la parte logística de un evento, hay que ir más allá y aportar valor al asistente y stakeholders, con lo que el contenido, lo que se lleva el asistente tras el evento cobra cada vez más valor.

Y esto no se consigue sin un programa que se elabore previamente en el que se tengan en cuenta los objetivos a conseguir, qué se quiere transmitir, considerando el formato más adecuado y la forma en que se va a hacer llegar ese contenido. Y aquí es cuando entra en escena la figura del facilitador, el encargado de:

- o ayudar a que las interacciones entre los asistentes sean efectivas.
- o cuyo objetivo es conseguir que todos los stakeholders involucrados en el evento (no solo asistentes, sino promotores, patrocinadores, prensa, etc.) consigan sus objetivos una vez finalizado el evento.
- o es el guía de las experiencias que se van a tener en el evento.
- o dirige el proceso para trasladar el contenido a los participantes.

Para conseguir esto no solo sirve con ser espontáneo y tener facilidad de palabra, sino que es resultado de un proceso de trabajo previo en el que se han estudiado los objetivos de los participantes para diseñar un proceso de cómo encauzarlos a lo largo del evento. Un proceso de trabajo previo que se plasma en un guion detallado del evento que lo desarrolla y donde se recoge todo lo que debe ocurrir en el evento para lograr la consecución de esos objetivos. Como ves, no se deja nada a la improvisación.



Qué es un facilitador y por qué necesitas tener uno en tu evento

Además de este trabajo previo, el facilitador debe ser capaz in situ de mantener el ritmo de la sesión, recordar ideas, sintetizar opiniones, contrastarlas y asegurarse de que hay consenso entre los participantes; da y recibe el feedback de los asistentes, además de revisar el orden del día y controlar el timing. De esta forma podemos resumir las habilidades principales de un facilitador durante el evento en:

neutralidad; el facilitador nunca opina ni muestra su posición.

escucha activa de todo lo que se dice.

parafrasear; repite y reproduce lo dicho por los asistentes.

preguntar para reafirmar puntos de acuerdo y asegurar que los participantes han llegado a un consenso.

recapitular para resumir la sesión.



Cómo el facilitador de EMEC17 se prepara para la conferencia

El facilitador de una conferencia es una pieza esencial para asegurar que fluya, que tenga un buen ambiente, que las conexiones se hagan. Y precisamente, Sean Blair toma en serio su trabajo de facilitador de EMEC, la conferencia europea de MPI (Granada, 5-7 de marzo, ¡imperdible!). Su objetivo: que los asistentes creen nuevas relaciones, aprendan y tengan una experiencia brillante, llenos de energía que les deje inspirados para actuar. Ambicioso, ¿no? Para eso, Sean se está preparando duro. Vemos con él los componentes principales de esta preparación.

¿Cuál es tu objetivo en esta conferencia?

Como facilitador, el principio que traigo a todos los eventos es el de tratar de hacer que el escenario sea interesante y atractivo, con energía. Todos hemos estado en conferencias donde estamos totalmente desconectados. Quiero cambiar eso y hacerlo interactivo, participativo, ayudando a los participantes a sacar valor del contenido y aprender. Otro objetivo es conseguir que todo vaya sin problemas y en hora. Al final, es asegurar que la conferencia tenga una mezcla de profesionalidad con algo de diversión y humor.

¿Con qué información has trabajado? ¿Cuál ha sido el briefing?

MPI y el comité local han definido una historia, una narrativa de fondo y la sensación que tenía que respirarse en la conferencia. Compartieron esto conmigo y ha sido una gran base: siempre trato de aclarar bien los objetivos. Una vez los tengo, trabajo en el proceso, con la idea de asegurar que la gente se sienta involucrada, inspirada, que participen y que aprendan.

A un nivel más detallado, MPI ha definido el flujo del evento, produciendo un Excel que detalla lo que ocurrirá momento por momento, y ha sido una gran base para estructurar mi trabajo.

¿Puedes decirnos más sobre ese storytelling de la conferencia?

Cabe en un Word sencillo. Una noción importante es que como profesionales de reuniones y eventos, nuestra pasión nos impulsa. Creamos experiencias emocionales, interacción humana, ayudamos a las personas a aprender mejor. Así que, como facilitador, voy a tratar de impulsar estas cualidades, agitar la pasión y ayudar a la gente a obtener nuevas ideas y compartirlas.



Planificación operativa de eventos: EL EVENTO

Como hacer fluir el networking durante el evento

8 pequeños trucos que harán fluir el networking en tu evento

Porque confiar que ante un café durante la pausa del coffee el networking impere en una reunión y que los asistentes no dejen de interactuar e intercambiar tarjetas es una utopía, te proponemos que pongas en práctica algunos resortes que facilitarán que los invitados a tu evento se abran a conocer a su compañero de reunión.



Te traemos un recopilatorio de pequeñas y sencillas ideas, que crearán un ambiente más propicio a la participación. Objetivo: que los asistentes interactúan más y conozcan más tanto de ponentes como de otros asistentes.

eventos donde fluye el arte de hacer contactos

8 pequeños trucos que harán fluir el networking en tu evento

Pregunta a los asistentes qué les interesa de la reunión ¿qué temas quieren que se trate? ¿a quién les interesaría conocer? ¿qué es lo que realmente quieren aprender? ¿qué es lo que busca? Lo puedes hacer a través de cuestionarios previos al evento o antes de comenzar la reunión. **Formar un singular 'tablón de anuncios'** en el que cada asistente ponga un Post-it con su deseo particular que quiere que se materialice durante el evento. Seguro que coincidirá con más gente que ponga lo mismo y que además sea visto por alguien que le pueda ayudar a conseguirlo.

Publica la lista de asistentes antes del evento y anima a que estos incluyan una breve presentación de cada uno. Tanto en la web o en la app del evento los invitados pueden consultar los perfiles de la gente con la que le interesaría tomar contacto.

Utiliza alguna dinámica para que los asistentes puedan ser reconocidos fácilmente, ya sea un cartelito en la solapa con su nombre u organizando algún juego para romper el hielo en el que se tengan que presentar ante los demás de una forma relajada e informal; también puede servir **plantearles un reto o juego como excusa para que hablen y se conozcan**, por ejemplo descubrir un secreto inconfesable que les haga preguntarse indiscriminadamente los unos a los otros.

El tamaño importa. Seguro que no es nuevo, pero un recordatorio nunca viene mal: **siempre que puedas huye de las enormes salas plenarios.** Intenta organizar sesiones de trabajo con grupos pequeños, realizar discusiones temáticas o talleres temáticos en los que los asistentes vayan rotando, en los que se puedan mezclar distintos perfiles de asistentes. **Los grupos pequeños facilitan más la interacción de todos los participantes**, se sienten más cómodos a la hora de hablar frente al momento de pedir la palabra ante un gran auditorio lleno de desconocidos.

eventos donde fluye el arte de hacer contactos

8 pequeños trucos que harán fluir el networking en tu evento

Si por exigencias del guion o simplemente logísticas, no tienes más remedio que juntarlos en una gran sala **facilita estos encuentros en 'petit comité'** durante el coffee break, organiza pausas largas o encuentros temáticos en lo que aprovechando el aire más distendido de la pausa café se puedan hacer pequeños grupos y discutir sobre algún tema en concreto.

Cualquier sitio es bueno para sentarse con alguien y conocerse, pero si lo haces saber seguro que les animas a dar el primer paso. Desde habilitar y señalizar pequeños offices donde sentarse con intimidad ante un ordenador, impresora y un escritorio o simplemente llenando las esquinas de la sala, hall o pasillo con **taburetes, sillones donde pararse a charlar cómodamente**.

Pon un moderador en tu reunión, y no solo para que de paso a los distintos ponentes, lanzar preguntas, o dirigir las mesas de debate, sino también para hacer que distintos grupos interactúen entre sí, **conducir distintas dinámicas de trabajo o ayude a romper el hielo entre asistentes, haciendo presentaciones, sacando temas de conversación para salvar esos momentos de incómodo silencio**.

Y no olvides el after event para que continúe el networking. Igual que no puede faltar una actividad más lúdica o un cocktail para afianzar los contactos con la gente que hemos conocido durante las sesiones de trabajo **¿por qué no replicar ese espacio de networking relajado a través de una plataforma online** donde los asistentes puedan seguir en contacto tras el evento?

eventos donde fluye el arte de hacer contactos

Sabemos que la motivación para asistir a un evento es, a menudo en primera posición, el networking. Y sabemos que la gente disfruta mucho más si no se queda sola y conoce a gente nueva. Sin embargo, no es fácil planificar un evento con actividades de networking efectivas. Dejar a los asistentes a su libre albedrío, durante largos coffee breaks, quizás sirva a los más extrovertidos que rompen el hielo con más facilidad. Pero incluso para estos puede llegar a ser desalentador tener la misma conversación una y otra vez con personas que quizás no son los contactos que al final resultan útiles... Entonces, ¿cómo podemos ofrecer buen networking? Te traemos algunos ejemplos de eventos donde han puesto en práctica el arte de hacer contactos.

Networking event del Madrid Convention Bureau

Los asociados eran recibidos en el Teatro Goya con delantales por el equipo del MCB, una manera original de comunicar que están para servirles y una forma de crear intriga y curiosidad. El evento giró en torno a los conceptos 'las Meninas' y el apodo de los madrileños: 'los gatos'.

Al entrar en la sala recibían una pulsera identificativa de diferentes colores. En función del color, se les dividía en 10 grupos con un team leader al frente que les dirigiría a la siguiente experiencia. Y esta no era otra que representar el cuadro de Las Meninas. En un tiempo limitado, cada grupo debía organizarse y formar 'el cuadro' con cada integrante adoptando el papel de uno de los personajes. Un aplausómetro midió la creatividad de los participantes.



eventos donde fluye el arte de hacer contactos

La segunda prueba fue la de los 'gatos'. Se repartieron diferentes atributos de un 'gato': orejas, antifaces, collares con cascabel, cola, etc. Una vez disfrazados, tenían diferentes misiones: encontrar a las personas portadoras del mismo atributo, o con atributos diferentes... Y para maximizar los contactos, en tres ocasiones se cambiaron los grupos.



eventos donde fluye el arte de hacer contactos

Málaga Connections Meetings: de las mesas de trabajo a las actividades

Olvida corbatas y tacones porque a este evento se va a conocer gente haciendo las actividades más variopintas. Cada día a cada asistente le era asignada una pareja con la que se compartiría desde desayuno, hasta transfer en el autobús. En las reuniones previamente concertadas a través de un sistema de matching, se podía elegir entre hacer una reunión típica - sentados alrededor de una mesa- durante 45 minutos, o bien conjuntamente elegir una de las actividades que se hacían en el hotel y alrededores de Málaga y Mijas. En ese caso, se mantenía la reunión mientras se paseaba por la playa; se hacía un taller de chocolate, de buñuelos o de chi kung. Y para los que no quisieran actividades físicas, también había opciones como degustar helados o masajes.



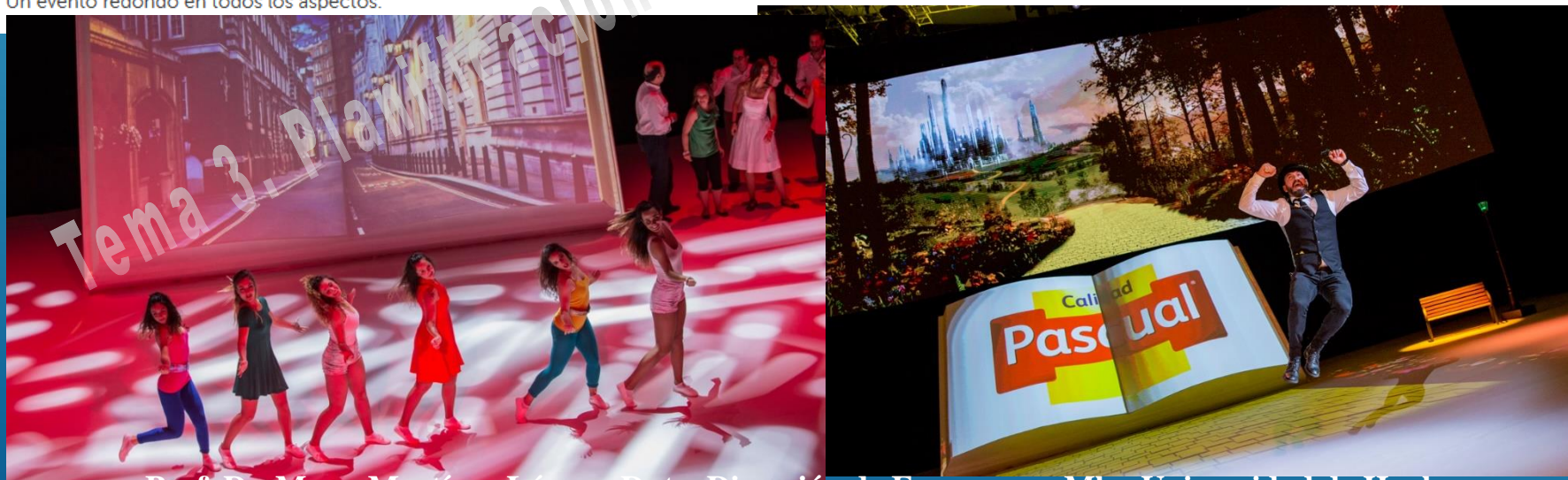
Una convención de cine para un público entregado

El 2 de junio, 1.200 trabajadores de Calidad Pascual entraron por un camino de baldosas amarillas a los estudios de cine creados solo para ellos en el Palacio de Vistalegre de Madrid. Un enorme trabajo de diseño y producción por parte de Calidad Pascual y Staff Eventos para esta convención que pretendía ser especialmente innovadora y motivadora, con mensajes de fuerza hilvanados en grandes momentos del cine en un formato en el que el storytelling y la participación desterraron el Power Point y la comunicación unidireccional. Una jornada intensa desde la mañana hasta la noche, repleta de actividades que fluyeron bajo un mismo hilo argumental: love.

El enorme espacio del albero (recordemos que el Palacio fue inicialmente concebido como una plaza de toros) fue dividido en dos: en las gradas norte, se creó una puesta en escena amplia y con recursos tecnológicos de efecto wow! en la que destacaba un escenario de 24mx12m en el que se instaló una pantalla led circular de 20mx6m, además de un área de proyección de suelo de 14mx10m y una gran estructura en forma de libro de 7mx5m creando un efecto muy visual al exponer los contenidos en los mismos soportes al mismo tiempo, cada uno con sus características.

El contenido (datos, mensajes, valores) se desarrolló a través de varias performances basadas en las historias y las bandas sonoras de éxitos como *La, la, land*. Incluso los directivos de la empresa se atrevieron a realizar sus presentaciones de estrategia por medio de historias creadas ad-hoc, con contenidos inspirados en momentos de amor y felicidad como *Love Actually* o *El Mago de Hoz*.

Al finalizar, los asistentes se trasladaron a la otra zona donde les esperaba un almuerzo urbano, con foodtrucks así como varios elementos expositivos de la marca. Por la tarde les esperaban en todo el anillo perimetral 15 sets de cine para un gran team building en el que, distribuidos por equipos, crearon junto a especialistas, 15 secuencias de tantas películas icónicas del cine internacional. Los 15.000m del coso debían transformarse en dos horas, una vez fuera los incipientes cineastas, en un espacio diáfano para el montaje de más de 130 mesas para los 1.200 comensales y un nuevo escenario de 12mx10m y un montaje audiovisual sorprendente a cargo, donde hubo diversas actuaciones durante la cena de gala. Un evento redondo en todos los aspectos.



Convención Nacional Schweppes Suntory España - Premio Eventoplus 2017 Mejor Animación/Espectáculo



CIRSE2014: congresistas de mañana y deportistas de tarde

Lo vimos en la pasada edición del ESC que se celebró en Barcelona, los congresos buscan cada vez más sacar el evento de las cuatro paredes del centro de congresos. Durante la celebración del CIRSE los médicos pudieron calzarse las botas de fútbol y de running para disfrutar del congreso de un modo más deportivo.

No solo se trata de organizar actividades paralelas que involucren al gran público durante congreso, sino de **acciones que sirvan para que los propios asistentes interactúen entre ellos fuera del ámbito científico**. La pasada edición del congreso CIRSE que se celebró en Glasgow contó en la agencia O2 Aventura para organizar dos actividades fuera del programa del congreso en las que el deporte fue el protagonista.

Tras la primera jornada de congreso los médicos no dudaron en ponerse las zapatillas y la camiseta para trasladarse del SECC, sede del congreso, al Scotstoun Stadium. Allí participaron en la **BTG Charity Run, una carrera solidaria** de corta distancia en la que a través de los donativos que cada corredor daba al inscribirse pudieron recoger un total de 6,368€ destinados a una organización contra el cáncer infantil.

La carrera solidaria comenzó con una divertida sesión de estiramientos coreografiados y tras el paso por meta comenzó la segunda parte de este evento deportivo: **un torneo internacional de Fútbol 7**. Médicos asistentes, participantes de la industria, asociaciones médicas formaron equipos por países y disputaron una pequeña liguilla que se alzó con el triunfo de Francia por delante de Italia y República Checa.



El networking ... de la sala de reunión al gimnasio

Cómo me gustan todas las ideas que te ayudan a hacer dos o más cosas a la vez. Con la fiebre por el networking invadiendo los eventos, desde tecnologías que prometen facilitar el contacto hasta actividades originales para romper el hielo para que las risas hagan fluir las conversaciones, hoy la salud tiene también su espacio en el networking.

Y los espacios escogidos ya no son los bares 'guay' ni los restaurantes chic, sino los gimnasios y los parques. En Nueva York, (no podría ser otra...), el Sweatworking está de moda. Se trata de un actividad donde uno queda con clientes y colegas para dar un paseo, correr o sudar en una clase de fitness. Seguro que las acciones de las marcas de ropa de deporte van a aumentar en su valor con esta nueva tendencia: ¡Me toca renovar mi vestuario de ropa de fitness!

El yoga, un clase de spinning o la danza es la nueva partida de golf y la nueva herramienta para desarrollar relaciones... y un "Martini lunch" ya es cosa del pasado. El premio se ha convertido en algo más dulce y sano— un *smoothie* (batido cremoso no alcohólico preparado a base de trozos y zumos de frutas). Además, seguro que volverás a la oficina después de la comida con más energía y serás más productivo. Una buena alternativa si ya estás harta de tanto comer y beber.



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

Corriendo tras la séptima temporada de Juego de Tronos

Si quieres ponerte al día de lo que pasa en Invernalicia, conocer el clan de los Lannister o chapurrear tus primeras palabras en Alto Valyrio como toda una Khaleesi ante la séptima temporada de Juego de Tronos, vas a tener que hacer una maratón. Pero maratón en el sentido más activo de la palabra, no espanzurrarse delante del sofá a ver una detrás de otra las temporadas atrasadas de la serie. El canal de entretenimiento Sky decidió estrenar la séptima temporada de la serie con un visionado de episodios solo apto para los muy runners.

La idea, de M&C Saatchi Milan, llevó a fans de la serie (y del running) a ver los 60 episodios en una gran pantalla colocada en la parte trasera de una tráiler. El camión marcaba el ritmo de esta carrera que partió de Roma, y tras varias etapas a lo largo de la campiña italiana, finalizó en Milán en el castillo de Sforza, justo a tiempo para ver el primer capítulo de la esperada séptima temporada.



BLOQUE II: LA PLANIFICACIÓN OPERATIVA EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES (TEMA 3)

- 3.10. La importancia del facilitador en el desarrollo del evento.
- 3.11. Cómo hacer fluir el networking durante el evento.
- 3.12. El storytelling para eventos. Historias que conectan.
- 3.13. Organización de un team building y diseño de un room escape.
- 3.14. Post-evento. Evaluación y cierre del evento.
- 3.15. Post-evento. Control y evaluación de resultados.
- 3.16. Cómo fomentar la participación después del evento.
- 3.17. Factores críticos de éxito de un evento.

Storytelling para eventos: historias que conectan con el asistente

¿Por qué aplicar técnicas de storytelling en tu evento?

- El storytelling permite pintar un contexto a la experiencia emocional y sensorial que se desarrolla en el evento, generando un mayor nivel de engagement, recuerdo e implicación por parte del asistente.
- Las historias permiten convertir algo complejo en un escenario más sencillo y fácil de asimilar, con lo que el storytelling es una buena herramienta en eventos de formación y trainings.
- El arte de contar historias se sustenta en una estructura definida de trama, personajes, tono y cercanía que se pueden aplicar en un evento. Bien usando el storytelling para crear una historia que sea el hilo conductor mediante el cual se justifiquen las experiencias y mensajes, bien armando el evento de forma paralela a como un guionista escribe una historia. Por ejemplo, la trama es el programa, el contenido del evento, el camino de mensajes e ideas que deben recorrer los asistentes; los personajes son aquellas personas involucradas: tanto los asistentes como los speakers, pero prestando especial atención a tu cliente con el que deben interactuar todos los demás personajes y el que debe tener el protagonismo.



Storytelling para eventos: historias que conectan con el asistente

¿Cómo construir una historia?

- Una historia explica cómo y por qué se produce un cambio en la vida o situación del protagonista.
- Cuenta historias simples: elimina del discurso las partes que no tienen especial utilidad para el público, con las que no se siente especialmente identificado o que simplemente no son relevantes para él. Esto es aplicable a sesiones de la agenda, actividades o contenidos en la web del evento; céntrate en lo que tenga una utilidad para tu público, no pongas cosas superfluas por rellenar.
- Asegúrate de que en esa historia estás reflejando las necesidades, los valores o sacando los pain points que tiene tu asistente, así conseguirás que se identifique con la historia.
- Dale el protagonismo a tu asistente, que se identifique con la historia y la haga suya. Además de reflejar sus necesidades/problemática, intenta personalizar al máximo su experiencia en el evento. De esta forma se verá más inmerso en la historia y sentirá que forma parte de ella.
- En algún punto de la historia introduce un elemento de impacto, un giro inesperado o simplemente lanza un teaser para captar la atención del asistente.
- Cierra con un final claro y concreto. No sirven los finales abiertos: el protagonista aparece en escena, detecta un problema o supera un reto, finalizando con un mensaje, si quieres llámalo moraleja o aprendizaje que mueva a la acción al asistente y lo quiera llevar a la acción al salir del evento.

Nace 'The Theatre of Meetings', para reuniones más teatrales

Y no nos referimos a ponerle más drama a tus meetings sino en concebir tu evento como una pieza teatral, una producción en la que levantar a los asistentes de sus butacas y conseguir una sentida ovación. Se trata de aproximarse a la organización de la reunión desde la perspectiva de un director de teatro que dirige los diferentes actores, define el ritmo, diseña el montaje escénico y sobre todo piensa en llevar a la audiencia a conocer la trama a través de un recorrido por distintas sensaciones.

Los británicos Simon Greenbury y Paul Cook lanzan 'The Theatre of Meetings' como un proyecto de consultoría para planners y empresas que quieren sacar mayor rendimiento a sus reuniones. Para ello **se ponen en el papel de un director teatral** y evalúan cómo se han estado haciendo las reuniones hasta ahora para darle un nuevo enfoque, ayudándoles a estructurar el evento desde una perspectiva teatral y consiguiendo mejores resultados en su audiencia.

¿Cómo? **Dando a la reunión carácter, personalidad y trayendo de nuevo sentimiento y emoción a este tipo de eventos.** Empezando por definir la audiencia y los objetivos que se persiguen, enfrentándose a un guion en blanco a partir del cual escribir la obra de tu evento, ayudando a generar el concepto-guía de la reunión y a ponerlo en escena a través del equipo de producción. Y sobre todo, **teniendo presente las reacciones que queremos despertar en la audiencia, la atmósfera a crear, la tensión y energía a transmitir**, la experiencia que queremos hacer vivir, que llevará a la conexión emocional y al recuerdo.

Además también organizan **talleres in-company de una jornada donde facilitan una serie de herramientas y recursos teatrales** que se centran en dibujar la escena para atraer la atención del público durante la reunión; se ven los distintos géneros teatrales y se muestran cuáles pueden ayudar más a cada tipo de evento según los objetivos buscados; cómo se estructura el evento para crear más impacto (cuántas escenas, cómo dibujarlas, los intervalos, pausas, etc.); además de aplicar conceptos y recursos como la escenografía, guion, tono, lenguaje, ritmo, la interacción con la audiencia, ensayos e incluso la integración de redes sociales.

PRODUCCIONES EL GRAN MOGOL



ACTIVIDADES PARA

EMPRESAS

Es nuestro tiempo
Rodaje spot publicitario
Taller de circo
Taller de doblaje
Taller de magia
Taller de percusión
Taller de pintura
Taller de risoterapia
Taller de teatro
Taller de los sentidos

TEATRO

Planeta impro
Cia Andrés Cavallin
Escapade theatre company

AUDIOVISUALES

Museos y espacios singulares
Videos internos empresa
Videos presentaciones

TEATRO DE ANIMACIÓN

Equipo animación hotel
Los romanos
Los científicos
Los marineros
Comisario, policía y malo
Neptuno y su séquito marino
La Cantante de ópera
Oktoberfest
Personajes históricos
Familia hindú
Hermanos Llobregat
Dummies
Espectáculo-pregón
Piratas
Familia marítima
Frank S'tudio
Guías turísticos
Cuñadas Barrachina
Channel 5 TV
Familia Quiñones
Sargento Morales y señora
Loli Montoro
Fotógrafos Magnum
Guardias de seguridad
Botones

CIRCO

Circo Delicias
Polizón Teatro

MÚSICA

ARTURO Y LA MAQUINA DEL SABOR
HOT CARAJILLO'S. SWING PARTY
Jazz Pretenders
ORQUESTRINA DEL CAFE. STANDARS
SAMBA DO PARAKATÁ
Dj Wooky
Gumbo jazz band
Allways drinking
Percumusic. Ritmos africanos

TEATRO DE

CALLE/PERFORMANCES

Polizon Teatro
Zigurat teatro
Paloq'sea

MAGIA

Magic Gonzalo GR
Magic Raphel

PRODUCCIONES

Escaparates vivos
Coreografías verticales
El éxito. Monty Python
Esferas
Percusión bidones
Performance aérea
Performance danza/visuales
Rodaje película

QUIÉN SOMOS

Que hacemos
El equipo
Breve historia
Para quién trabajamos

TEATRO FAMILIAR

Teatre Móbil
Mes Tumacat
Ne me titere pass
The wonderful life
Teatre Po

Organización de un Team Building:

¿Qué es el **Team Building**? La capacidad para **influir en la personas, el liderazgo** y la facilidad para **establecer vínculos** dependen directamente de la **inteligencia emocional**. Por eso, partiendo de sus **objetivos**, elaboramos un plan detallado para la **motivación** de sus recursos humanos, clientes, proveedores... así como para la **formación experiencial** de sus equipos a través de **originales actividades de team building** que fomentan el **trabajo en equipo para empresas**. Porque "ninguno de nosotros es tan bueno, como todos nosotros juntos"



Advantage Consultores celebra su 15º aniversario en clave de circo

Celebrar el 15 aniversario de la empresa en compañía de todo el ecosistema que ha hecho posible estos 15 años de crecimiento, familias incluidas, y en un ambiente familiar y cercano: tal ha sido el aniversario de la consultoría de RRHH Advantage Consultores. Y lo ha hecho en un sitio que combina actividad / espectáculo para todo este grupo, con un perfecto paralelismo a nivel de valores: el circo, concretamente el histórico Circo Raluy.

La tematización empezó en teasers a través de web y mail, con vídeos emotivos que transmitían el save the date, un mensaje de la directora, y primeros mensajes sobre la gran noche y la magia del circo. Llegados al circo, la tematización siguió con un divertido photocall con pelucas del circo, generando así las imprescindibles imágenes que la gente se quedaría. Luego los invitados disfrutaron de todos los espectáculos -payasos, acróbatas y bailarines- en un entorno informal de hot dogs, crepes, palomitas y cava.

Pero más allá del espectáculo, ideal para un público familiar, Sylvia Taudien (CEO de la empresa) quiso entrelazar el storytelling y los valores del circo con los de la empresa. Así que Taudien comentó los valores en común con el director de Circo, William, entre los que destacó "el esfuerzo, la confianza, el trabajo en equipo, el compromiso, la valentía y la innovación durante estos 15 años".





team building percussion merck



Un team building histórico

Por el casco antiguo de Toledo y conducidos por los célebres personajes de Cristóbal Colón y la reina Isabel I, un grupo del sector farmacéutico recorrió las calles de la ciudad conociendo patrimonio, cultura e historia del destino, a través de las pruebas y retos que Es. cultura les planteó para fomentar lazos de equipo.



Tema 3. Planificación operativa en gestión de eventos II

A la Luna de Valencia - Rally Histórico Team Building



Un team building de récord en el kickoff de Lidl

La cadena de supermercados celebraba su kickoff con los responsables de sus centros logísticos en sus instalaciones de Alcalá de Henares. Aprovecharon que estas son las instalaciones más grandes de la empresa en Europa para celebrar el encuentro en ellas, celebrar las reuniones internas, visitar las zonas de almacenaje y desarrollar una actividad de teambuilding en consonancia con sus instalaciones: una actividad a gran escala que involucrara a los 175 participantes.



La hiperrealidad virtual como herramienta de teambuilding

Es lo que propone Red Helmet Experiencie en sus salas de Madrid y Barcelona: colaborar en equipo en una experiencia inmersiva, donde despertar emociones mediante el juego hiperrealista, fomentando la conexión del grupo. Uniendo la realidad virtual con el movimiento físico real del jugador el grupo se sumerge virtualmente en una vieja estación de tren abandonada donde tiene que completar una misión de rescate. La experiencia se adapta a los aforos de seguridad Covid con grupos de seis personas con diferentes modalidades de juego, incluso partidas rotatorias por días o creando ligas internas de empleados para extender la actividad en el tiempo.



Un teambuidling de supervivencia... bastante divertida

Marca Condal se llevó hasta el Pirineo de Huesca a los empleados de la farmacia La Jota que cumplía 50 años y quería un evento de equipo divertido en el que compartieran experiencias. El sitio elegido fue el Hotel Viñas de Lárrede, una antigua borda reconstruida durante dos años, que abrió sus puertas recientemente a unas vistas espectaculares de los picos de 3.000m del Pirineo.

En la primera fase se presentó el personal de Locura de Vida, una empresa de Zaragoza especializada en barranquismo y otras actividades de montaña, y recibieron unas nociones básicas sobre material de supervivencia. Después, divididos en dos grupos, debían proteger y salvar a uno de sus compañeros – supuestamente herido y con movilidad reducida –, hacer fuego, construir un refugio para dos personas y filtrar el agua de beber. Aunque acompañados por un experto, solo podían preguntarle dudas in extremis, pero no contar con su ayuda.

La actividad finalizó con una puesta en común de los problemas que habían tenido y cómo los habían solucionado, al tiempo que los guías hicieron algunas observaciones y reflexiones sobre cómo podrían haber mejorado su trabajo en equipo. Una forma divertida de vivir la colaboración y de estar juntos en un entorno muy diferente y en unas situaciones inesperadas. Como broche, realizaron un mosaico para celebrar el cumpleaños.



Organización de un Team Building Low Cost

Le Dîner en Blanc / Nanook para Le Dîner en Blanc International

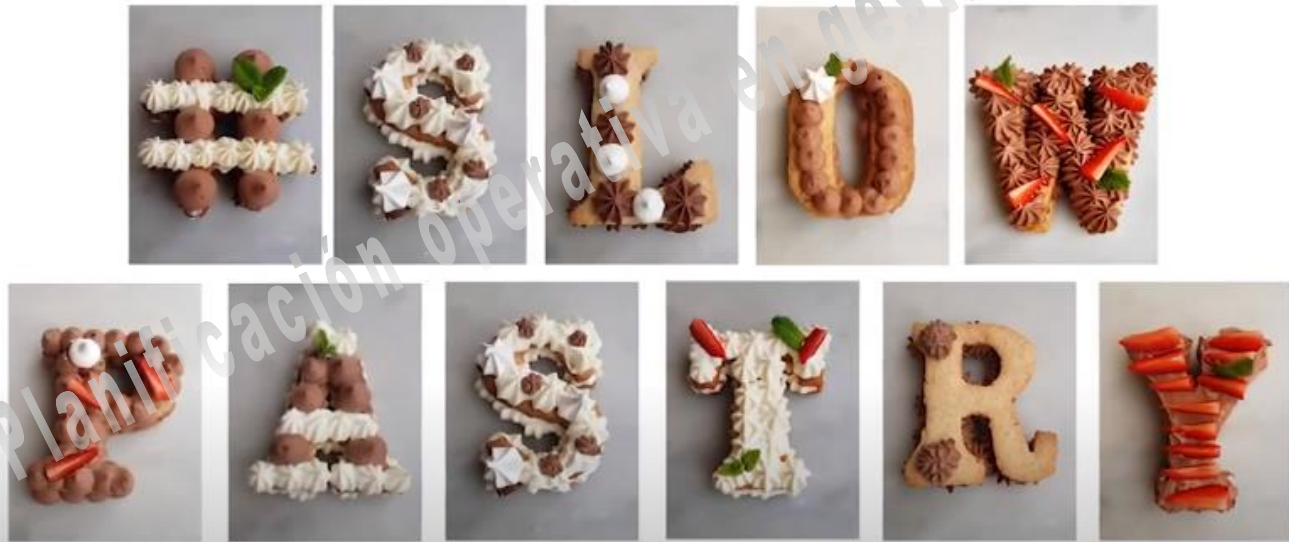
En este hito en el networking del sector de eventos, se diseñó una estrategia de comunicación y relaciones públicas para organizar el picnic más grande del país, a imagen del evento que nació hace 30 años en París. La gracia de este encuentro fue mantener en secreto el lugar del evento creando expectativa a través de unos vídeos teaser y captar la atención de los invitados que finalmente acudieron al Welo (Cuatro Torres) para encontrarlo perfectamente iluminado y sonorizado, listo para que ellos confeccionaran la fiesta a su medida. Con unas condiciones: vestir completamente de blanco, llevar su propio menú y bebidas, y decorar su mesa. Patrocinado por El Corte Inglés y Möet & Chandon, y cubierto por medios lifestyle como Vogue y Conde Nast, la enorme fiesta secreta se realizó con tan solo 16.478 euros.



<https://www.youtube.com/watch?v=iGYkmoxhBW0&t=126s>

¿Es posible conectar con el equipo en un teambuilding virtual? Así fue nuestra experiencia

Slowpastry: un teambuilding de pastelería



Organización de un Room Escape:

En los últimos meses se ha puesto de moda el room escape para empresas. **¿Aún no sabes en qué consiste?**

Los juegos de escape tratan una modalidad de **juego psicológico** donde un grupo pequeño de personas encerrados y atrapados en una habitación deberán colaborar para **resolver una serie de puzzles, incógnitas, enigmas y rompecabezas** para alcanzar la salida antes que acabe el tiempo límite. Obviamente todo ello es extrapolable al límite de la imaginación y atrevimiento del grupo, si se quiere se puede cambiar una habitación por un monasterio, un rincón por un globo aerostático o unos acertijos por un ataque cibernético. **Los límites los marca cada proyecto.**



Una sola sesión de room escape es más efectivo para unir a un grupo que un año de convivencia en el trabajo.

Los jugadores de la selección española se divierten en un 'escape room'

- Thiago, Busquets, Gayá, Bartra y Azpilicueta aprovecharon su tarde libre para visitar el 'escape room' de 'La casa de papel'

La Casa de Papel, escape room

Gracias al trabajo de Fevers Originals y Atresmedia, uno de los eventos más esperados del año ha llegado a Madrid. Este sábado se ha abierto al público, con un **formato único, materiales originales de la serie e incluso actores para ofrecer todavía una atmósfera más realista**. ¿El objetivo? Escapar con los 2.400 millones de euros antes de que se acabe el tiempo, en concreto 75 minutos.

El lugar es el **WiZink Center de Madrid** y contará con hasta 120 personas participando simultáneamente, lógicamente divididas en equipos de seis personas. **El precio de la entrada puede variar en función de la hora y el día elegidos, habiendo de 20, 22 y 25 euros.**



Escape Room Portátil - El Oro del Gran Capitán

Team building para empresas

Otras de las experiencias que ha diseñado Outfinders es “**El Oro del Gran Capitán**”, un **Escape Room portátil** que da la posibilidad de vivir la experiencia sin necesidad de desplazamientos, adecuado para actividades de **team building** en empresas. En este caso los participantes tienen que encontrar el tesoro que escondió el Gran Capitán, Gonzalo Fernández de Córdoba, para evitar que el ejército francés se hiciera con él.



Escape Room Portátil - El Oro del Gran Capitán



El Gran Capitán, Gonzalo Fernández de Córdoba, estando en Nápoles **envió** una cuantiosa cantidad de **doblones de oro** con destino al Rey Fernando el Católico, pero un **ataque** del ejercito francés, **le obligó a esconderlo**.

Envió una carta cifrada al Rey, solicitando que acudiera a recogerlo... aunque nunca llegó a su destino.

El CNI ha averiguado que **un grupo de caza-tesoros** ha encontrado y descifrado la carta, disponiéndose a **robar el oro**, por lo que solicita ayuda a los **Outfinders** para dar con este patrimonio nacional escondido antes que ellos.

Tienen **60 minutos** para descubrir dónde se encuentra el oro y evitar que se pierda definitivamente esta parte de nuestra historia.

ejemplos para integrar el escape room en tus eventos

Segundo; ayuda a Robert Langdon a resolver el **Room Escape del Universo Dan Brown**, simulado en el mismo evento de la presentación y organizado por Mystery Escape en colaboración con Editorial Planeta y La Casa del Libro. Una oportunidad de conocer gente nueva y pasarlo en grande.

¿La dinámica del juego?

Se recrearan 4 salas dentro del lugar del evento en el cual participareis en este Escape Room, junto con otros 4 participantes. Tendréis 1 hora para ayudar a Robert Langdon a resolver el misterio que os ayudará a escapar. La dinámica es muy similar a la de Mystery Escape, adaptando los enigmas de nuestro Escape Room al Universo Dan Brown.

Participa y vive en exclusiva el

**ROOM
ESCAPE**

**UNIVERSO
DAN BROWN**



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

Escape rooms para desvelar el desenlace de Juego de Tronos

Tranquilo que no vamos a hacer spoiler del final de la serie, solo queremos recordar, con nostalgia, cómo arrancó la octava y última temporada de la serie en un evento montado por HBO de la mano de la agencia PR Garage. Para ello se organizó una premier en los cines Capitol donde 1.500 fans de la serie pudieron disfrutar del primer capítulo según se estrenaba en Estados Unidos. Para amenizar la espera, los cines se transformaron con piezas de coleccionista, estandartes de las Casas que protagonizan la serie y hasta una cabeza de dragón en tamaño real. El objetivo: que los 1.500 invitados (suscriptores del canal e invitados vip de HBO) vivieran una experiencia 100% Juego de Tronos.



Escape rooms para desvelar el desenlace de Juego de Tronos

Ambientación y contenidos de la serie para calentar motores. Desde las 20:00 de la tarde, que se abrieron las puertas, hasta las 03:00 de la mañana que comenzaría el visionado en simultáneo con el estreno en Estados Unidos, los invitados pudieron disfrutar de una exposición de objetos de la serie y varias actividades pensadas para los más fans. Siete vitrinas, una por temporada estrenada, mostraban piezas icónicas de la serie, que compartían protagonismo con el Trono de Hierro. Además, en la sala principal del cine se colgaron banderas con los emblemas de todas las casas que aparecen en la serie.



Escape rooms para desvelar el desenlace de Juego de Tronos

Y escape rooms para hacer participar al público. Pero lo que más entusiasmó a los asistentes (pasaron 1.000 invitados) fue la posibilidad de retarse en los dos escape rooms que se montaron en las salas de la planta inferior. Ambientados en escenarios de la serie y con distintos grados de dificultad, uno estaba inspirado en el Desembarco del Rey y el otro en Rocadragón, tenían una duración de unos diez minutos de duración y estaban pensados para pases de unas 4-6 personas, que junto con un game master que les guiaba iban resolviendo una serie de retos. Por ejemplo, en el de Rocadragón había que encontrar unos tótems que encajaran en la famosa Mesa de la Fortaleza y poder salir del escape. En el del Desembarco del Rey, Cersei y los Tyrell habían dejado una serie de pistas para poder escapar de la habitación de la reina. Al encontrar las piezas, se conseguía la clave del candado para escapar.



El evento, conducido por el youtuber Antón Lofer, contó también con el concierto de un cuarteto de cuerda que interpretó la banda sonora de la serie y los temas más conocidos, además de dos mesas redondas con periodistas y expertos en Juego de Tronos quienes analizaron el impacto de la serie, su evolución y de cómo España se ha convertido en lugar de localizaciones de rodaje de muchos de los capítulos de la serie.

Una cita que no solo atrajo a fans de la serie, sino también a marcas como Google, que estuvo presente con su asistente y la acción especial que han lanzado para su buscador. Diageo, además, estuvo toda la noche preparando cócteles inspirados en la serie con su Johnnie Walker edición White Walker.

ejemplos para integrar el escape room en tus eventos

El Camp Nou se apunta también al escape room. El Museo del Barça no es ajeno al tirón del escape room y crea una juego de escape en las instalaciones del icónico museo fuera del horario regular. Durante la búsqueda, el reto consiste en descubrir el misterio de la Copa de la UEFA Champions League. Al cerrar el museo, nos daremos cuenta que han cambiado una de las cinco copas originales por una réplica. En grupos de 6-7 personas, tendremos que seguir el rastro de las pistas y resolver los acertijos que te llevarán a descubrir más información sobre el FC Barcelona y encontrar la copa de la UEFA Champions League original.



El Secreto de la Mansión: Cluedo, escape room y teambuilding

Actividad de teambuilding para trabajar en equipo y ya de paso hacer una cena con todo el departamento, te suena a briefing (muy) escueto para montar algo para la cena de Navidad, ¿verdad? Pues si quieres tener en mente algunas opciones para lo que te puedan pedir de aquí a unas semanas, **no dejes de lado los tan de moda escape rooms** y echa un ojo a esta nueva propuesta: El Secreto de la Mansión. Una actividad para grupos de empresa que fusiona el Cluedo con el escape room en un antiguo palacete en las afueras de Madrid. La experiencia refuerza el sentimiento de equipo acabando con una comida de empresa.

Los pasadizos y habitaciones ocultas de esta mansión de aires victorianos ofrecen el escenario donde los participantes tienen que colarse en la fiesta de un capo de la mafia al que tienen que incriminar actuando como agentes infiltrados. Once actores forman parte del equipo de la mansión ambientando y guiando la historia a través de la cual los asistentes tienen que ir avanzando a través de pruebas, pista y utilizando su ingenio.

Pensado para grupos de unas 35 personas, la organización ofrece también un paquete de una jornada que arranca con un desayuno o aperitivo de bienvenida a la mansión, para seguir con las dos horas de escape room que continúan con comida en la propia mansión y un espectáculo de humor de comedia o magia.



Barcelona tendrá el centro de escape room más grande de Europa

Todo casi a punto para inaugurar Game Point, el mayor escape room de Europa. Ubicado en un espacio de 3.000m² del Port Fòrum, y con 18 habitaciones temáticas, abrirá sus puertas el próximo 20 de julio.

Las 18 diferentes habitaciones trasladarán a los jugadores desde el antiguo Egipto hasta una ficticia batalla de zombies. Además, el proyecto incluye una segunda fase para la que todavía habrá que esperar un poco más; se trata de Terminal de Acción, otro espacio anexo de entretenimiento con 600m² dedicados a juegos de resistencia, habilidad o fuerza que completarán la oferta de Game Point Center.

El proyecto supone una inversión inicial de tres millones de euros para la Ciudad Condal, y se ampliará hasta los 15 millones a dos años vista. Con esta oferta, los responsables esperan atraer en dos años a más de 100.000 visitantes a sus instalaciones.



Gamificación para dinamizar el turismo en la sierra madrileña

Manzanares El Real acoge el primer Street Escape permanente en España

La startup española ha creado el **primer Street Escape permanente en España**. “El Código de los Mendoza” es un Escape Room exterior que se desarrolla por toda la geografía de **Manzanares El Real**, en el que se anima a los participantes a buscar el elixir de la eterna juventud para así impedir la destrucción de la Humanidad, mientras recorren los lugares más emblemáticos de la zona.



Los visitantes conocen los atractivos más importantes del municipio mientras ponen a prueba su ingenio y pasan un rato divertido

Con “El Código de los Mendoza” los participantes tienen que buscar el elixir de la eterna juventud mientras recorren los lugares más emblemáticos de Manzanares El Real.

BLOQUE II: LA PLANIFICACIÓN OPERATIVA EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES (TEMA 3)

- 3.10. La importancia del facilitador en el desarrollo del evento.
- 3.11. Cómo hacer fluir el networking durante el evento.
- 3.12. El storytelling para eventos. Historias que conectan.
- 3.13. Organización de un team building y diseño de un room escape.
- 3.14. Post-evento. Evaluación y cierre del evento.
- 3.15. Post-evento. Control y evaluación de resultados.
- 3.16. Cómo fomentar la participación después del evento.
- 3.17. Factores críticos de éxito de un evento.

Planificación operativa de eventos: POST-EVENTO

EVALUACIÓN Y CIERRE DEL EVENTO:

- **EVALUACIÓN:** Se dice que el éxito de un evento se mide por sus conclusiones y por el eco que ha tenido en el sector y en la sociedad.

Por ello es importante que el comité organizador recopile información interna y externa y elabore un dossier que nos permita evaluar información objetiva que nos sirva como guía para ocasiones futuras. Esta recopilación de información debería contener los siguientes puntos:

- Documentos emitidos durante el evento (invitación, carteles,...)
- Listado de invitados, asistentes, autoridades,...
- Texto de discursos, intervenciones,...
- Información gráfica del evento: propia, medios de comunicación,...
- Información de catering, ubicación de asistentes, decoración,...
- Organigrama, listado de proveedores, patrocinadores,....

Planificación operativa de eventos: POST-EVENTO

EVALUACIÓN Y CIERRE DEL EVENTO:

- **CIERRE DEL EVENTO:** Tras el acto de clausura o término del evento, aún queda una serie de obligaciones o cumplimiento de compromisos por parte del comité organizador antes de dar por finalizado el evento. Estos últimos compromisos son los que a continuación se relacionan:
 - Retirada y devolución de equipos e infraestructura utilizada
 - Cancelación de obligaciones con proveedores. Liquidación y pago de facturas, balances y estado de ingresos y gastos,...
 - Pago recursos humanos contratado durante el evento
 - Control de calidad. Informe de secretaría técnica, cuestionario a participantes,...
 - Últimos compromisos de protocolo y relaciones públicas. Envío de dossier de prensa, certificados, fotos, placas, distinciones,...

Consejos para mantener vivo el post-evento

Personaliza los agradecimientos a proveedores, ponentes o participantes en el evento.

Permiten más difusión y así se fortalece la imagen de marca. Crear un buen ambiente en tu evento hará que tenga más posibilidades de volver a celebrarse, crezca en número de asistentes y consiga posicionarse como referente en el sector.



Consejos para mantener vivo el post-evento

Organiza un programa de fidelización para los suscriptores a tu web o blog, así como a los asistentes al evento

Eso te ayudará a conocer mejor a tus suscriptores, a tener un buen feedback del evento al que han asistido y conseguir afianzar relaciones sociales con ellos, así como a garantizar un seguimiento de tus actividades o eventos posteriores por parte de asistentes y empresas patrocinadoras.



Consejos para mantener vivo el post-evento

Continúa publicando sobre el evento una vez finalizado éste

Aunque te parezca un consejo extraño, es recomendable seguir hablando del evento una vez finalizado éste.

Aunque el evento en sí haya finalizado, en las redes sociales la audiencia continúa la charla y el hashtag sigue circulando...

Aprovecha la ocasión y pídeles feedback. No solo es una forma de estirar la influencia del evento sino también de recabar opiniones valiosas para mejorar el próximo evento.



Consejos para mantener vivo el post-evento

Colabora con causas benéficas

Otra forma de humanizar y aumentar la participación en tu evento es colaborar con causas benéficas. Un motivo más para asistir al evento.

50 años escuchándote
Teléfono de la esperanza
959 28 15 15

LA MONACILLA
5º torneo de GOLF
SOLIDARIO
MODALIDAD STABLEFORD

18 SEP 21
09:30h.

INSCRIPCIÓN
959 100 093
info@lamonacillagolf.com

Patrocinan

Colaboran

Consejos para mantener vivo el post-evento

Asegura valor continuamente incluso después del evento

Otra práctica para tener en mente al promover tu evento es generar valor continuo, posterior al evento.

Ya sea una plataforma interna con contenido o la posibilidad de obtener un descuento para el producto o servicio de tu marca, cerciórte de mencionar todas las ventajas que la gente recibirá solo por asistir a tu evento, pero también luego de haberlo consumido.



Consejos para mantener vivo el post-evento

Cuida la comunicación una vez finalizado

No sólo es importante la planificación de un evento o su celebración.

También es esencial la comunicación del mismo, especialmente mientras tiene lugar y **también una vez terminado**.

En este sentido, es conveniente utilizar todos los contenidos generados en formato vídeo, imagen y texto para difundirlos en las redes sociales y en la propia web corporativa.



Consejos para mantener vivo el post-evento

Mide los resultados de todas tus acciones

Antes, durante y después del evento.

Si quieres mejorar para próximos eventos, es necesario medir los resultados. Una vez terminado el 'post-evento', cuando ya des por cerrado el mismo de cara al público, hay que analizar qué impacto han tenido nuestras acciones en los medios sociales y en Internet. Debe ser un análisis crítico y concienzudo, que te permitirá detectar qué ha funcionado bien y qué no, para así poder mejorar de cara al futuro.

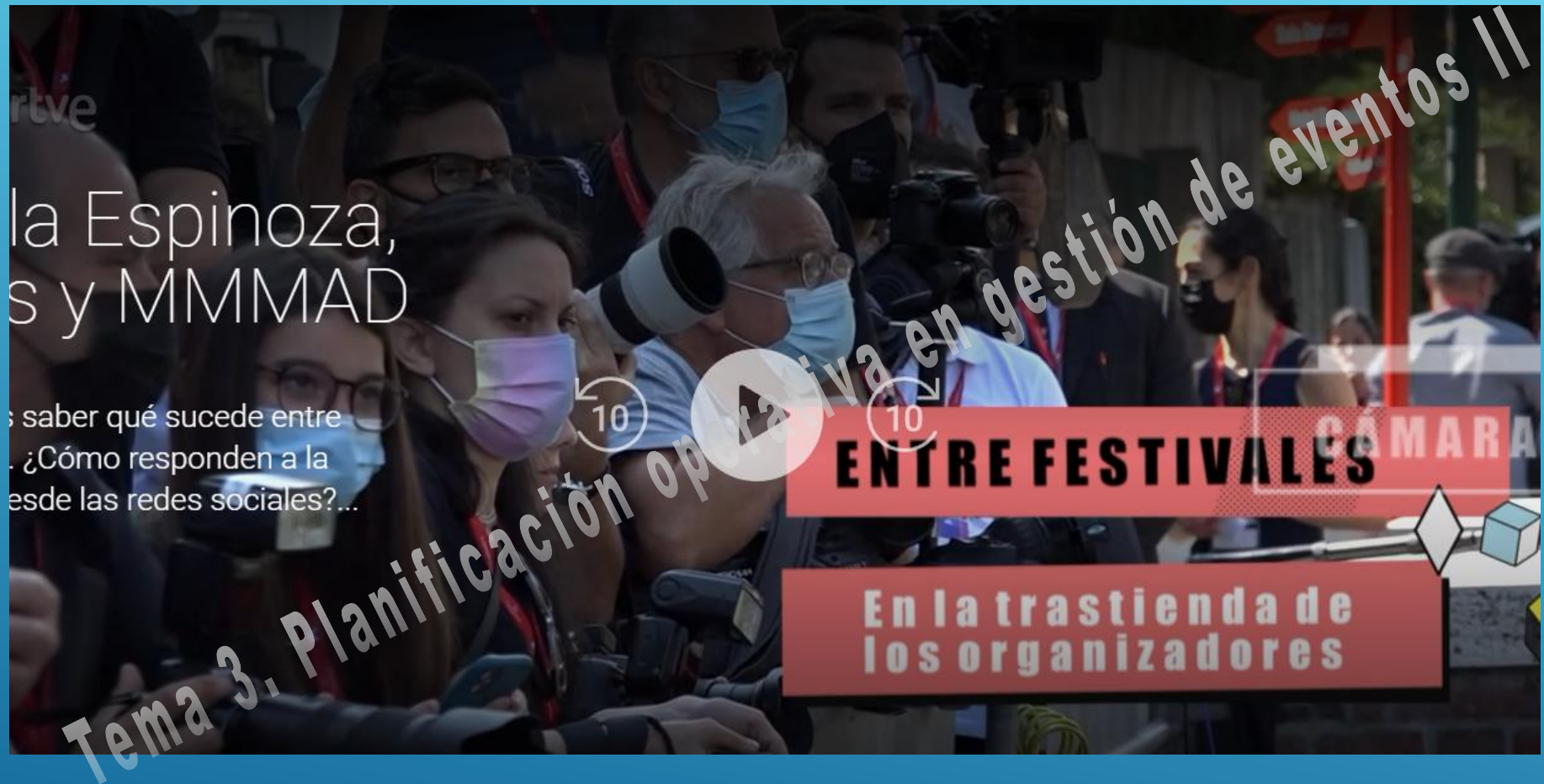


Planificación operativa de eventos: POST-EVENTO

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO DE UN EVENTO:

- Definición de objetivos.
- Asignación presupuestaria
- Selección del entorno (espacio y tiempo).
- Coherencia de contenidos
- Planificación y control
- Gestión de las redes sociales y la comercialización
- Innovaciones tecnológicas y creatividad
- Protocolo y ceremonial
- Dirección de evento
- Cierre y evaluación de resultados

Consejos para mantener vivo el post-evento



<https://www.rtve.es/play/videos/camara-abierta-20/another-way-film-festival-paula-espinoza-tu-ruedas-tomavistas-mmmad/6147564/>

La
vida es un
evento,
y nosotros
somos su
industria.

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

- 2.1. La organización de congresos y de eventos.
- 2.2. Definición y tipos de eventos. Los eventos culturales.
- 2.3. Herramientas clave para la gestión del evento.
- 2.4. Planificación operativa. Etapas de un evento.
- 2.5. Planificación operativa. La definición de los objetivos.
- 2.6. El Diseño del pre-evento.
- 2.7. Elección del nombre del evento.
- 2.8. Elección de sedes. Los venues insólitos o lugares singulares.
- 2.9. Elección de fechas y horarios del evento.
- 2.10. Determinar el número de asistentes en la era postcovid.
- 2.11. Elaborar el cronograma de actividades.
- 2.12. El comité organizador y las distintas secretarías.
- 2.13. Claves para gestionar los contenidos en el pre-evento.

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.

BLOQUE II: LA PLANIFICACIÓN OPERATIVA EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES (TEMA 3)

- 3.1. **Evento**. Los días previos a la celebración del evento.
- 3.2. Check list, software y aplicaciones web de gestión operativa de eventos.
- 3.3. Las acreditaciones en eventos. Innovaciones tecnológicas para acreditaciones.
- 3.4. Evento. Acciones a gestionar durante la celebración del evento.
- 3.5. La dirección de comunicación y gestión de prensa.
- 3.6. Pasos a seguir para una eficaz gestión de prensa.
- 3.7. Gestión de contenidos y difusión del evento.
- 3.8. La difusión del evento. El factor celebrity.
- 3.9. La difusión del evento. El efecto Wow y la puesta en escena.

BLOQUE II: LA PLANIFICACIÓN OPERATIVA EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES (TEMA 3)

- 3.10. La importancia del facilitador en el desarrollo del evento.
- 3.11. Cómo hacer fluir el networking durante el evento.
- 3.12. El storytelling para eventos. Historias que conectan.
- 3.13. Organización de un team building y diseño de un room escape.
- 3.14. Post-evento. Evaluación y cierre del evento.
- 3.15. Post-evento. Control y evaluación de resultados.
- 3.16. Cómo fomentar la participación después del evento.
- 3.17. Factores críticos de éxito de un evento.