



FACULTAD DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE FIN DE GRADO

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS:
EL CASO DEL III CONGRESO ANDALUZ DE
PERSONAS CON CÁNCER Y FAMILIARES

Irene Yáñez Martínez

Sevilla, Junio de 2020

Marta Pulido Polo

Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura

Resumen

Tras haber vivido desde dentro la organización del III Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares, organizado por la Asociación Española Contra el Cáncer y celebrado por primera vez en la capital andaluza, este proyecto propone analizar el acto desde la perspectiva académica de la organización y gestión de eventos y su protocolo.

A través de una metodología cualitativa y utilizando la técnica de la observación participante, se pretende conocer la importancia de la organización en un evento y cómo llevarla a cabo de manera exitosa. En el caso concreto de este, se pretende estudiar los aciertos y errores que tuvo el congreso, así como desmentir o afirmar las hipótesis planteadas desde la perspectiva de una investigación interpretativa. Por ejemplo, si el protocolo es un elemento imprescindible en un acto o si una buena organización garantiza la perfecta ejecución del evento.

Finalmente, podemos concluir que el evento en general fue considerado como exitoso, puesto que, a pesar de haber sufrido algunos problemas de *timing*, el acto tuvo muy buena acogida entre los asistentes, dejando la puerta abierta y, el listón muy alto, para el IV Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares.

Palabras clave

Congreso, protocolo, acto, organización, comunicación

Índice

1. Introducción	5
1.1 Justificación del tema	6
1.2 Objetivos, metodología e hipótesis	7
2. Marco teórico	
2.1 La importancia de la organización en congresos	9
2.2 Planificación del congreso	
2.2.1 Presentación de la candidatura	11
2.2.2 Elección del lugar de celebración	11
2.3 Comité organizador	
2.3.1 Tareas y responsabilidades de los miembros del comité organizador	14
2.3.2 Funcionamiento del comité organizador	15
2.3.3 Participantes y organización del programa	15
2.4 Comité científico y de honor	18
2.5 Patrocinio y recursos económicos	20
2.6 Gestión y proceso de las inscripciones	24
2.7 Secretaría técnica, científica y turística	26
2.8 Documentación de los congresistas y ponentes	28
2.9 Comunicación y difusión	29
2.9.1 La prensa	29
2.9.2 La radio	30
2.9.3 La televisión	30
2.9.4 Internet	31
2.10 Azafatas	
2.10.1 Procedimientos a seguir antes de que comience la sesión	32
2.10.2 Procedimientos a seguir durante la sesión	32
2.11 El congreso	
2.11.1 Registro <i>in situ</i>	33
2.11.2 Inauguración del congreso	34
2.11.3 <i>Coffee breaks</i>, almuerzos y aperitivos	35
2.11.4 Eventos sociales	35
2.11.5 Clausura	36

2.12	Protocolo	37
2.12.1	Atenciones especiales	38
2.12.2	El puesto de honor	38
2.12.3	La presidencia	38
2.12.4	El anfitrión	39
2.12.5	Recepción de invitados	40
2.13	Post congreso	41
2.13.1	Retirada de equipos	
2.13.2	Transcripción de ponencias	
2.13.3	Evaluación del comité organizador	
2.13.4	Conclusiones y recomendaciones	
3.	Análisis: III Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares	43
3.1	Introducción	44
3.2	Comité organizador	45
3.3	Comité científico	46
3.4	Comité de honor	49
3.5	Secretaría técnica	50
3.6	Patrocinadores y colaboradores	52
3.7	Comunicación y difusión	53
3.8	Primer día de congreso	55
3.9	Segundo día de congreso	57
3.9.1	Clausura	58
3.10	Post congreso	60
3.11	Protocolo	61
4.	Conclusiones	64
5.	Bibliografía	66
6.	Webgrafía	67

1. Introducción

Se conoce como relaciones públicas a la ciencia que se encarga de gestionar la comunicación entre una organización y la sociedad, con el objetivo de construir, administrar y mantener su imagen positiva (*Definición de relaciones públicas*¹). Dentro de esta, encontramos una gran rama, la organización de eventos. Se trata del proceso de diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u cualquier otro tipo de reuniones. La técnica de organización de congresos cobra una gran importancia ya que elimina la improvisación, el mayor obstáculo durante la ejecución de un acto ya que puede resultar un gran impedimento para alcanzar los objetivos del congreso (*FUDE. La organización de eventos y su importancia*²).

Esta disciplina está detrás de todo acto, evento o congreso tal y como se conoce pero, ¿qué tan importante es la organización en una celebración? ¿Es posible omitir algún proceso sin que afecte al buen resultado del acto? Mediante el desarrollo de este proyecto se pretende responder a estas preguntas de investigación, analizando en particular el III Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares.

Organizado por tercera vez por la Asociación Española Contra el Cáncer y, por primera vez, en la capital andaluza, este congreso se celebró con el objetivo de ser un punto de encuentro entre los pacientes de cáncer y sus familiares. Además, se impartieron charlas sobre herramientas e información sobre la enfermedad, actividades interactivas sobre hábitos de alimentación saludables y actividades físicas, *stands* organizados por otras entidades como la Asociación de Mujeres con Cáncer de Mama (AMAMA) o Cudeca así como por algunos de los voluntarios de la asociación.

A través de un análisis cualitativo de investigación participante, - aprovechando la coyuntura de que la autora de este proyecto formó parte de la secretaría técnica del acto - se pretende dar respuesta a la principal hipótesis planteada para este estudio: una buena organización garantiza la perfecta ejecución de un congreso. De esta manera se aspira estudiar los puntos fuertes y los posibles fallos que se pudieron cometer en la organización o ejecución del acto, así como estudiar posibles mejoras para congresos venideros.

¹<https://definicion.de/relaciones-publicas/>

²<https://www.educativo.net/articulos/la-organizacion-de-eventos-y-su-importancia-616.html>

1.1 Justificación del tema

El propósito principal de este proyecto es comprobar si la teoría que conocemos sobre la organización y gestión de un congreso es totalmente necesaria y aplicable en la parte práctica y real de un evento. Y, además, desmentir o, por otro lado, afirmar que sin la aplicación de alguno de los procesos teóricos que proponemos durante el desarrollo de este proyecto, un acontecimiento puede ser, o no, un éxito.

La razón principal por la que se eligió esta temática es porque la organización de congresos y eventos es de especial y personal interés como salida profesional para la autora de este proyecto.

Tras la oportunidad de hacer las “prácticas en empresas” en una agencia de eventos y poder aprender el desempeño de la profesión desde dentro, resulta de interés conocer la parte académica de todo lo que se aprendió durante la praxis. Como factor añadido, durante el desarrollo de las prácticas en empresas, la autora tuvo la oportunidad de participar en la organización, gestión y ejecución del congreso propuesto para análisis, el III Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares. Esto, sumado con haber cursado la asignatura de Ceremonial y Protocolo durante el último año académico, supuso una oportunidad para aprender la profesión desde dentro y desde fuera, dando a la autora la coyuntura para analizar los fallos y los aciertos que tuvo en su primera toma de contacto con la profesión.

1.2 Objetivos, metodología e hipótesis

En este proyecto definiremos unos objetivos generales y otros específicos que marcarán la línea que seguiremos para su desarrollo.

Como objetivo general encontramos:

- Conocer cómo llevar a cabo una buena organización de un congreso.

Hemos establecido un objetivo general secundario:

- Analizar la importancia de la organización de eventos.

Por otro lado, como objetivos específicos tomaremos como referencia los siguientes:

- Analizar si el III Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares tuvo una buena organización.
- Conocer si el III Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares tuvo algún error en su protocolo.
- Tras los objetivos anteriores, analizar si el III Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares tuvo éxito.

El método empleado en este estudio es *deductivo* ya que partimos de una premisa general, la organización de congresos, para obtener las conclusiones de un particular, en este caso, la organización del III Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares realizado el pasado noviembre de 2019 en Sevilla.

Asimismo, la metodología es *cualitativa* ya que nos hemos basaremos en el análisis subjetivo del caso. La podríamos considerar una *investigación interpretativa*, ya que nos referimos a un caso particular e, incluso, subjetiva, ya que daremos respuesta a los objetivos planteados de forma personal.

En este caso, la técnica que utilizaremos será de *observación participante* ya que la autora de este proyecto formó parte de la secretaría técnica, por lo que estuvo presente en la organización, gestión y ejecución del congreso propuesto de análisis. El tiempo en el que se efectúa esta investigación la catalogaremos como *sincrónica*, ya que estudiaremos un caso particular que se efectuó en un periodo corto de tiempo.

Por último, las fuentes utilizadas en este proyecto serán bibliográficas, ya que la búsqueda, recopilación y valoración de la información procederá de fuentes bibliográficas académicas. Además, utilizaremos documentación proporcionada por la empresa en la que la autora trabajó, Atlanta Viajes, como fuentes de datos para el posterior análisis, datos del programa final del congreso...

A continuación, enumeraremos las hipótesis que hemos planteado para este proyecto y que, mediante la misma investigación, pretendemos afirmar o, por el contrario, desmentir:

- Una buena organización garantiza la perfecta ejecución de un congreso.
- El protocolo es indispensable en un congreso o evento.
- El *timing* es un elemento esencial que respetar en un evento.

2. Marco teórico

2.1 La importancia de la organización en congresos

Un congreso es una conferencia generalmente periódica en que los miembros de una asociación, cuerpo, organismo, profesión, etc., se reúnen para debatir cuestiones previamente fijadas (Real Academia Española, 2019).

Pero, también podemos obtener su definición contestando a cinco preguntas:

- ¿Qué? Respondiendo a la naturaleza del congreso, es decir, a su contenido.
- ¿Cuándo? Fecha de comienzo y duración del mismo.
- ¿Dónde? Lugar de celebración, salas y salones, servicios...
- ¿Quién? Participantes, congresistas, ponentes, invitados...
- ¿Cómo? Desarrollo del congreso, programa y recursos.

Además de responder a estas preguntas, debemos establecer unos objetivos a alcanzar con el desarrollo del congreso. Se debe procurar no establecer demasiados objetivos ya que podría no quedar claro el propósito del acto. Si una vez finalizado el congreso los objetivos que marcamos en un principio se han alcanzado, nuestro congreso habrá sido un éxito.

Podríamos encasillar la organización de congresos como parte de las técnicas de las relaciones públicas. En este caso, las relaciones públicas describen un proceso directivo que se encarga de gestionar las relaciones que las organizaciones establecen con los diferentes públicos de su entorno. “En este contexto, desde la perspectiva de las relaciones públicas, la organización de actos es concebida como una técnica eficaz que permite a las organizaciones generar, de forma intencionada, planificada y estratégica, un contexto adecuado y pertinente que favorezca el establecimiento o mantenimiento de relaciones mutuamente beneficiosas con su universo de públicos” (Pulido, 2016). Pero ¿qué es la organización de eventos? Podríamos definirlo como el proceso de diseño, planificación y producción de actos, celebraciones, reuniones... es decir, todo acontecimiento que implique la presencia de un público invitado.

“En la organización protocolaria hay tres secuencias que resultan extremadamente complicadas: la creación, la gestión y la ejecución del acto. Aparentemente podría parecer que son las únicas fases de toda organización (...) Son, por llamarlo de alguna forma, el esqueleto central de la organización.” (Fuente Lafuente, 2005; 40 - 41)

La organización de congresos tiene una gran importancia ya que, principalmente, elimina la improvisación, - se trata de una puesta en escena sin posibilidad de ensayo - es decir, en general, permite desarrollar el acontecimiento de forma fluida, según lo que se había previsto (*La organización de eventos y su importancia*¹). Una buena organización de un congreso, además, tiene una importante repercusión en la imagen mental que queda en los invitados del acto, ya que dicha imagen - buena o mala -, influirá en el concepto que el público tiene de la organización. Además, la repercusión de la imagen está directamente ligada con la satisfacción que tiene el público sobre el evento. En muchas ocasiones, los asistentes son clientes o han pagado por un espectáculo, por lo que este debe estar a la altura de lo que esperan. La planificación correcta de un evento, además, nos permitirá alcanzar los objetivos que nos hemos marcado y que hemos mencionado anteriormente, como promocionar una marca o dar a conocer un nuevo producto, por ejemplo.

¹<https://www.educativo.net/articulos/la-organizacion-de-eventos-y-su-importancia-616.html>

2.2 Planificación del congreso

La preparación de un congreso va marcada principalmente por la naturaleza de este y su duración, ya que son factores que determinarán la organización de este.

2.2.1 Presentación de la candidatura

Cuando varias ciudades o instituciones compiten por la celebración de un mismo congreso, la decisión final la toma un jurado que examina las candidaturas presentadas. Esta candidatura no es más que un documento en el que se detallan las bases sobre las que se constituirá el congreso, como son: la definición y objetivos del congreso; el lugar y sede; comités - organizador, de honor y científico -; los participantes, asistentes y ponentes; las secretarías – técnicas y científicas -; y el presupuesto. Se trata de aportar todo el material necesario que justifique la celebración del congreso. Son las instituciones, las sociedades promotoras o las empresas organizadoras las que presentan la candidatura. El formato en el que se debe expresar este documento puede ser un *dossier*, en papel, *power point*... (*Planificar un congreso: la candidatura (I) (2017)*²). Así la institución que presenta la candidatura respalda que puede organizar, puede hacerse cargo y tiene capacidad de llevar las riendas de la organización del congreso. También, que la ciudad que propone tiene un interés especial para ser la elegida, bien por sus condiciones esenciales (comunicación, infraestructuras, espacios...) o por su atractivo cultural, turístico y de ocio.

2.2.2 Elección del lugar de celebración

La ciudad sede necesita darse a conocer con cierta antelación antes de la celebración del evento. En el caso de que este sea a gran escala, la promoción de la ciudad sede no debe ser inferior a dos años, sin embargo, cuando el evento es local dar a conocer la sede no es un factor imprescindible.

La ciudad elegida debe tener una buena red de transportes para facilitar el desplazamiento a los asistentes. En el documento de candidatura se debe presentar toda la información que demuestre que la ciudad propuesta cuenta con la infraestructura necesaria para el tipo de congreso que se presenta (*Planificar un congreso: la candidatura (II) (2017)*³). Entre las infraestructuras principales se encuentra un Palacio de Congresos, un auditorio y un

recinto ferial, o algún edificio similar que cumpla con las condiciones para desarrollar las actividades previstas. Entre estas actividades podríamos encontrar el desarrollo de talleres, exposiciones, ponencias... Asimismo deberá contar también con una buena industria hotelera, así como de restauración. Algunos de los espacios mencionados anteriormente podrían ser elegidos lugar de celebración del congreso.

A continuación, expondremos las ventajas e inconvenientes de cada uno según la clasificación de Nurkanovic Egea como lo describe en su libro *La organización de congresos y su protocolo* (2005):

Un centro de convenciones y congresos

- **Ventajas.** Son ideales para los eventos de gran tamaño, como exhibiciones, ya que nos facilita grandes espacios y, en general, auditorium ya amueblados con el equipamiento necesario (pantallas, proyectores, sonido...) para el desarrollo de la actividad. Generalmente, los precios de la comida y bebida son más accesibles que en los hoteles y la red de transporte público es de más fácil acceso.
- **Inconvenientes.** Debemos tener claro a la hora de la elección del espacio qué parte del presupuesto vamos a dedicar a este, ya que el precio de un centro de convenciones y congresos suele ser alto. Por otro lado, solo algunos centros de convenciones cuentan con equipo humano y técnico para atender el evento, por lo que habría que dedicar otra parte del presupuesto a cubrir ese vacío con servicios externos y, en el caso de no hacerlo, nuestra imagen podría verse perjudicada.

Un hotel

- **Ventajas.** Generalmente, los hoteles preparados para la celebración de eventos son seleccionados para congresos de tipo medio o pequeño, aunque hay algunos que habilitan zonas para eventos mayores. Los hoteles suelen ser lujosos y el personal de estos suele estar cualificado, por lo que se puede esperar un buen servicio tanto para los asistentes como para la propia entidad organizadora.
- **Inconvenientes.** Puede ocurrir que el hotel no tenga el equipamiento necesario para un congreso científico, por ejemplo, por lo que la entidad organizadora tiene que gestionar dicho equipamiento. Y, como hemos mencionado anteriormente, los precios de la comida y bebida son más altos que en un centro de convenciones.

²<https://protocoloalavista.com/planificar-congreso-la-candidatura/>

³<https://protocoloalavista.com/planificar-congreso-la-candidatura-ii/>

Una universidad

- Ventajas. Los servicios para la celebración de congresos suelen estar a precios más bajos, hasta podrían ser gratuitos en algunos casos. Además, los precios de la comida y bebida son inferiores.
- Inconvenientes. En ocasiones las universidades se encuentran en las afueras de las ciudades o lejos de hoteles y restaurantes, lo que encarece el transporte de los asistentes. No siempre reúnen las condiciones técnicas necesarias para el desarrollo de un congreso y en ocasiones carecen de equipamiento, así como de equipo humano que garantice el funcionamiento del congreso.

Para elegir la localización ideal se procede a una inspección del lugar en la que se espera obtener información sobre el lugar. Por ejemplo, la condición general, requerimiento de espacios, alojamiento y servicios (en el caso de que sea un hotel número de habitaciones, servicios del hotel...), red de transportes accesibles...

2.3 Comité organizador

Es recomendable que sea lo más reducido posible, y debe ser constituido entre dos y cuatro años antes del congreso. Debe estar compuesto por: el director general, secretario general, coordinador del comité científico, tesorero y vocales. Si hay varias organizaciones patrocinando el congreso estas pueden formar parte del comité organizador y, en ese caso, es recomendable que se mantengan, como mínimo, los cargos de presidencia, secretaria general y tesorería (*La composición de los comités de un congreso (II)*⁴).

2.3.1 Tareas y responsabilidades de los miembros del comité organizador

- El *presidente* es el responsable del funcionamiento del comité organizador y del éxito final del evento. Representa al congreso dentro de la organización internacional y está por encima de cualquier otra autoridad (universidad, gobierno, agencias municipales...)
- El *secretario general* es el coordinador del comité organizador y se encarga de los aspectos de organización del congreso.
- El *coordinador del comité científico* está a cargo de definir en profundidad el tema del congreso una vez este ha sido elegido. Se encarga de la selección de los ponentes y junto a la organización internacional decidirá los principales puntos y la estructura científica del congreso. El coordinador y el comité se encargan de decidir cuánto tiempo dedican a las comunicaciones del congreso, ya sea de forma oral, escrita, posters... Es interesante aprobar cuantas más medidas de comunicación posibles para obtener más participantes. Para muchas instituciones la comunicación es un factor obligatorio para que así el participante o asistente pueda acogerse a una beca o deducción en las tasas del congreso (Nurkanovic Egea, 2005; 59)
- El *tesorero* está a cargo de la gestión financiera, es quien prepara el presupuesto del congreso. También busca patrocinadores y debe tener una estrecha relación con el *contable*, que será quien preparará el balance final una vez termine el congreso.

Se pueden crear tantos comités como sea necesario, entre ellos, el de relaciones internacionales y protocolo, que se encargue de la gestión de los eventos sociales.

⁴<http://www.congresoprotocolovalladolid.com/noticias-3/186-la-composicion-de-los-comites-de-un-congreso-ii-por-gerardoeip#:~:text=EL%20COMIT%C3%89%20CIENT%C3%8DFICO,y%20la%20admisi%C3%B3n%20de%20comunicaciones.>

2.3.2 El funcionamiento del comité organizador

Como hemos comentado anteriormente, el comité debe estar constituido entre dos y cuatro años antes de la celebración del evento. Cada miembro debe crear un subcomité conformado por dos o tres miembros que le ayuden a realizar sus tareas. El comité debe realizar reuniones para el correcto seguimiento de la organización del evento. Cuando la fecha de la celebración se acerque estos encuentros deben ser en días concretos y, si es posible, a la misma hora.

Para cada reunión, el secretario deberá preparar un “punto del día” y tras el encuentro, debe hacer un resumen para repartirlo entre los miembros del comité. Además, es recomendable que el jefe de protocolo sea partícipe de estas reuniones y que se celebren en el lugar en el que se llevará a cabo el evento, ya que da la posibilidad de evaluar el espacio y familiarizarse con él.

2.3.3 Participantes y organización del programa

Entre los participantes en un congreso debemos diferenciar principalmente dos: los congresistas y los ponentes.

Definimos *ponente* como “dicho de un magistrado, de un funcionario o de un miembro de un cuerpo colegiado o asamblea: designado para hacer relación de un asunto y proponer una solución.” (Real Academia Española, 2019). Estos serán los protagonistas del congreso, por lo que escoger unos ponentes que sean referentes en el sector es de vital importancia, ya que aportarán calidad, prestigio y credibilidad al evento y esto aumentará el interés de los asistentes. Es importante también tratar de cerrar los ponentes que asistirán al evento cuanto antes, ya que permitirá concretar y confirmar el programa con mayor antelación.

Sin embargo, para un congreso internacional podemos reunir a más de mil congresistas. La asistencia de los congresistas al evento suele tener unos objetivos marcados como

elevant sus conocimientos; participar como emisor y receptor; o establecer nuevas relaciones con contactos de la profesión.

El programa de actividades y charlas de un congreso es uno de los aspectos más relevantes por lo que hay que elaborarlo con bastante antelación. Este debe contar con ponencias interesantes y aporten valor al evento. Ha de ser variado, con talleres y actividades participativas, todo esto medido en un tiempo muy concreto. Además de las actividades y charlas, el programa ha de contar con *coffee breaks*, almuerzos, actividades extra... Por último, una vez claras las charlas y actividades y habiendo recibido las presentaciones por parte de los ponentes, podremos elaborar el programa calendarizado – en el caso de que el congreso dure más de un día – y con los horarios correspondientes a cada tema (*¿Qué es un congreso? Lo básico. (2017)*⁵).

Lo ideal, según el presupuesto que se posea, o si contamos con un patrocinador que nos ayude, podemos imprimir y enviar el programa final unos meses antes del congreso. El programa final debe contar con las siguientes nociones:

- Agradecimientos, patrocinadores y horario. Información sobre las marcas patrocinadoras del evento o de los donantes particulares; cartas de agradecimiento; y el horario general del evento.
- Programa científico detallado por días. Se aconseja que en el formato estén bien diferenciados los días y sus actividades para que sea de fácil lectura y entendimiento. Para esto pueden ser útiles los códigos de colores o separadores que diferencien los días.
- Información general. Localización del evento; idiomas (en el caso de que haya traducción simultánea); transporte y servicio de recogida; listado de hoteles disponibles y números de contacto; información general sobre la ciudad sede (lugares de culto, ocio, tiendas, bancos...)
- Eventos sociales, excursiones y programa para acompañantes. Acompañado de los precios de los eventos opcionales, fecha límite de inscripción...

⁵<https://protocoloalavista.com/que-es-un-congreso/>

- Índice de autores de la documentación. Cuando un evento es grande es posible que la documentación que se use provenga de más de un autor, por lo que es recomendable que los creadores del contenido reciban una mención a su trabajo.
- Anuncios. Es preferible no insertar demasiados para no sobrecargarlo, pero es necesario mencionar aquellos que forman parte del presupuesto del evento.
- Libro de resúmenes. Muchos congresos imprimen el libro de resúmenes como una compilación de lo que los ponentes han expuesto. Estos suelen tener entre doscientas y trescientas palabras. El orden de los resúmenes debe ser acorde al orden de intervenciones en el congreso y el nombre del congreso debe aparecer en el lomo del libro.
- Mini – programa. En congresos grandes donde el programa final es extenso es aconsejable imprimir un mini – programa que englobe un esquema de la totalidad del evento.

2.4 Comité científico y de honor

El comité científico es el máximo órgano de decisión del programa científico y, como hemos mencionado anteriormente, le compete decidir las temáticas a desarrollar en el evento, así como los ponentes y la admisión de comunicaciones. Se encarga de preparar la estructura académica del congreso, dándole especial importancia a la captación de ponentes de prestigio, que potenciará el contenido científico del congreso, así como su promoción. Entre las funciones del comité científico encontramos: designación de ponentes, definición de metodología, aprobación de contenidos... (*La composición de los comités de un congreso (II)*)⁶.

Es importante que dentro de este comité haya una persona que se haga responsable de la coordinación con la secretaría técnica para ponerse en contacto con los ponentes y recabar sus necesidades de alojamiento, desplazamiento, técnicas, de traducción... Es aconsejable contar con un comité científico incluso si no se ha solicitado ya que ayudará a preparar la estructura del programa y contactará con los ponentes más apropiados para la participación en el congreso.

Por otro lado, el comité de honor se estudia una vez se han definido todos los aspectos del congreso (lugar de celebración, fecha, ponentes, temática...) El comité de honor está formado, generalmente, por personas del ámbito social y político, e incluso personalidades del ámbito académico. Este comité no tiene una tarea determinada más que figurar en el título del cartel del evento. Cabe destacar que la presencia del comité de honor es desinteresada.

El comité de honor puede o no mantener la estructura del resto de comités, con un presidente, un secretario... Existen comités de honor con esta estructura y otros que simplemente mencionan las personalidades que conforman el comité.

⁶<http://www.congresoprotocolovalladolid.com/noticias-3/186-la-composicion-de-los-comites-de-un-congreso-ii-por-gerardoelp#:~:text=EL%20COMIT%C3%89%20CIEN%C3%8DFICO,y%20la%20admis%C3%B3n%20de%20comunicaciones.>

Además del comité de honor, cuando el evento es de cierta relevancia se puede contemplar añadir la figura del presidente de honor. Esta presidencia suele ser ofrecida a personas de alto rango de los organismos oficiales, como ministros, presidente del gobierno, al Rey o a alguna otra figura de la realeza y deberá ser la persona propuesta para el cargo el que deba aceptarlo en un documento escrito. En el caso de ofrecerlo a una autoridad relevante del Estado se debe solicitar una audiencia para presentar el proyecto.

Cuando hay varias autoridades de diferentes ámbitos que forman parte del comité de honor es necesario establecer un criterio de ordenación. La participación económica podría escogerse como factor de ordenación.

Además de la imagen del congreso, contar con un comité de honor de “buen nivel” hará que el evento tenga mayor aceptación por parte de ponentes, así como de una mayor repercusión en los medios de comunicación.

2.5 Patrocinio y recursos económicos

Como en la mayoría de los eventos, es imprescindible definir un presupuesto para el congreso y determinar cuánto dinero se va a destinar a cada área: alquiler de espacios, alojamiento y desplazamiento de ponentes, *catering*, comunicación del evento, actividades extra... Es muy difícil organizar un congreso únicamente con los ingresos que se obtienen con la tarifa de inscripción, por lo que lo habitual es buscar patrocinadores. Para esto se prepara un *dossier* informativo que incluya los objetivos del evento, contenido, estrategia de comunicación, y todos los detalles sobre el evento para presentarlo a posibles patrocinadores y que estos vean las ventajas que podrían obtener si colaboran con el evento. Aunque no es suficiente con presentar la noción a los patrocinadores, el patrocinio de un evento implica la aprobación previa por la persona, compañía o institución que organiza el evento. Los patrocinadores pueden aportar dinero o bienes materiales de igual valor con los que recibir a cambio publicidad o visibilidad de los mismos. Habitualmente la promoción del agente patrocinador se suele hacer colocando su nombre en el material cedido, anuncios en la impresión del congreso, *posters*, complementarios, logotipos en carpetas o maletines... (De Larrañaga, 2004; 51 – 55).

El tipo de patrocinador dependerá, por lo general, de la temática del congreso. Suelen ser organizaciones especializadas en el tema del evento; oficinas de congresos o convenciones; el gobierno autonómico o municipal de la ciudad sede; ayudas de fundaciones locales; regalos de fuentes públicas o privadas; organizaciones internacionales como UNESCO o UE; compañías comerciales que trabajen con materiales o equipamientos que sean de ayuda para el evento... (*Cómo organizar un congreso paso a paso (2020)*).

Además de los patrocinadores, los ingresos del presupuesto vienen de las tarifas de inscripción, de la exhibición comercial y de las subvenciones de instituciones públicas y organismos internacionales.

- Tarifas de inscripción. El importe se fija de acuerdo con la organización internacional - que debe aprobarla – y el comité local. Varía en función de las

categorías: tarifa completa, miembros y no miembros, participantes diarios, residentes, acompañantes, ponentes invitados... Es aconsejable tomar como guía los importes del congreso anterior (en el caso de que lo hubiera) pero no se ha de tomar como referencia estricta ya que el número de asistentes puede ser el mismo, pero puede variar el tipo de participante (estudiantes, residentes, no residentes...)

- Exhibición comercial. El coste estimado por metro cuadrado de la exhibición suele ser el precio establecido en el congreso anterior, lo que debemos determinar es el tamaño de la muestra, para esto podemos utilizar los datos que tenemos de la edición anterior.

Es imprescindible establecer un primer presupuesto teórico que se preparará con mucha antelación, incluso cuando aún se está estudiando si el evento puede llevarse a cabo. Un año antes del congreso se elabora un segundo presupuesto una vez las ponencias se han solicitado, una vez se conozcan las tarifas de inscripción y quiénes serán los ponentes. Aun así, no se conocerá siquiera el número de participantes ni el tamaño del evento, tampoco, en término de gastos, las necesidades del evento, de los ponentes ni el coste de cada una. Finalmente, se elabora un presupuesto final, una actualización del presupuesto anterior y se aprueba unos tres meses antes del congreso (De Larrañaga, 2004; 51 – 55). En este punto ya se conocerá el número de inscritos, las salas necesarias, el tamaño del evento en general... Pero estos presupuestos, al ser una estimación de lo que creemos que podemos gastar, nunca podrán ser exactos. Existen algunos peligros en el presupuesto promocional o en el supuesto de los ponentes invitados. No debemos pasarnos de cautelosos e invertir poco en el presupuesto promocional ya que, si no se gasta demasiado, corremos el riesgo de no tener suficientes participantes, aunque tampoco debemos pecar de insensatos, pues invertir demasiado en promoción podría llevarnos a la carencia de fondos para las actividades, lo que nos haría tener que reducirlas. “Con respecto a los riesgos de los fondos dedicados a los ponentes invitados, no podremos imprimir toda la documentación de estos si todavía no se han cerrado con ellos los acuerdos pertinentes, como tampoco podremos prometer cosas como billetes de avión, alojamiento o tasas de inscripción gratuitas” (Nurkanovic Egea, 2005; 82 - 84).

Existen cuatro niveles de presupuesto del ponente invitado:

- Nivel 1. Exención de las tarifas de inscripción.
- Nivel 2. Exención de las tarifas de inscripción y alojamiento.
- Nivel 3. Exención de las tarifas de inscripción, alojamiento y gastos de desplazamiento.
- Nivel 4. Exención de las tarifas de inscripción, alojamiento, gastos de desplazamiento y honorarios (no es usual) (Nurkanovic Egea; 2005; 90).

A continuación, profundizaremos en los gastos que se deben contemplar en el presupuesto. Podemos dividirlos en dos grandes tipos: los fijos y los variables, como los gastos por participante inscrito.

- Impresión. Puede considerarse como gasto variable (en función de la cantidad de impresiones que se soliciten). Es aconsejable pedir varios presupuestos de impresión a distintas empresas para conseguir la mejor cifra que se ajuste al presupuesto final. Hemos de facilitar al impresor toda la información sobre la impresión: número de impresiones, tamaño, tipo de papel, color, materiales de encuadernación, dibujos...
- Salas y acuerdos técnicos.
 - Proyección. Coste del proyector, de la sala de proyección, de pantallas, técnicos, punteros, sonido... Es aconsejable obtener un precio fijo por los micrófonos y altavoces por día y sala.
 - Grabación. Si se necesita, el gasto es un pequeño suplemento en el coste de la instalación de micrófonos.
 - Decoración e iluminación. En algunos congresos se contrata a un profesional que se ocupe de la apariencia del evento, pero es aconsejable añadir un presupuesto especial para las necesidades de decoración e iluminación.
 - Equipamiento de alquiler. Si el lugar de celebración carece de equipamiento se debe incluir en el presupuesto: mostradores de información e inscripción, punto de registro *in situ*, equipo audiovisual, mobiliario para las ponencias...

- Traducción simultánea.
 - Personal. Deberíamos considerar un equipo de dos intérpretes por idioma. La Asociación Internacional de Intérpretes Cualificados (AIIC) trabajan por un precio estándar.
 - Equipamiento. El coste es por receptor y día. El precio suele incluir las cabinas de interpretación, así como el equipamiento de transmisión.

2.6 Gestión y proceso de las inscripciones

El proceso de las inscripciones se lleva a cabo en la secretaría técnica. Esta propone un formulario que servirá para la recopilación de datos y de sistema de registro para los asistentes del evento. Hay que procurar que este documento sea lo más claro posible para que no induzca a errores a la hora de cumplimentarlo. Los asistentes deberán rellenar sus datos personales (Documento Nacional de Identidad, nombre completo, domicilio, teléfono...) así como los días que se quiere asistir al congreso (en el caso de que este tenga más de uno) y las charlas o actividades a las que se quiere asistir. De esta manera podremos llevar un control del número de personas aproximado que asistirá al evento, así como de las exposiciones que se prevén que tendrán más público.

Existen diferentes tipos de tarifas de inscripción:

- Tarifa especial para los miembros de la organización. Esta debe estar bien diferenciada de la tarifa para los socios de la organización.
- Tarifa reducida para residentes. Habitualmente en esta se abona entre el 50% y el 60% de la tarifa de inscripción presentando una autorización de la institución a la que se esté afiliado.
- Tarifa reducida para estudiantes. Se debe presentar el carné de estudiante.
- Participantes de bajo salario. Estos pueden recibir una beca, es decir, una reducción especial de su tarifa de inscripción.
- Inscripción diaria. Si la duración del evento es de más de un día, la inscripción diaria debe ser proporcional a la tarifa del evento completo. Por ejemplo, si el costo total son 300 euros por tres días, la inscripción por un día debería ser 100 euros más un porcentaje de gastos de gestión (Nurkanovic Egea, 2005; 86).

En la mayoría de congresos la tarifa de inscripción incluye la participación en todas las sesiones, la entrada en la exhibición comercial, la obtención del libro de resúmenes y un diploma o certificado de asistencia. Algunos congresos incluyen almuerzos y eventos sociales adicionales. Se debe intentar ofrecer tantas actividades sociales como sea posible en la tarifa de inscripción, facilitando la estancia a los participantes. Se deben planear eventos sociales que no incluyan comida, ya que esto encarecerá la tarifa de inscripción. Estos eventos de bajo coste pueden ser conciertos, visitas a museos, espectáculos... de esta manera daremos la sensación de valor añadido a nuestro congreso.

Por último, el método de pago de la tarifa de inscripción podrá ser en metálico (preferiblemente en la moneda oficial del evento), con tarjeta de crédito, teniendo en cuenta que la comisión del banco es del 3%. También se podrá pagar con un cheque personal, pero hemos de tener en cuenta que en ocasiones no se acepta si no están debidamente verificados por la entidad bancaria. Y, para finalizar, pago por transferencia bancaria. Estas a veces ofrecen dificultades puesto que la llegada del dinero no es exacta, depende del banco emisor (Sánchez R.J., 2009; 252).

2.7 Secretaría técnica, científica y turística

Secretaría científica

Se encarga de las relaciones con los ponentes y la preparación del programa científico. Habitualmente está operada por el comité organizador, que se encarga de tareas de coordinación referidas a la elaboración y envío de comunicaciones con los ponentes, coordinación de la recepción y envío de los trabajos y ponencias, archivo y control de los trabajos y traducción de textos.

Secretaría técnica

Centraliza las relaciones entre el congresista y el comité organizador. Desarrolla las siguientes funciones:

- Contratación y reserva del alojamiento y desplazamiento de congresistas y ponentes.
- Contratación y coordinación de la sede y salas de reuniones.
- Contratación y coordinación de servicios auxiliares (azafatas y audiovisuales).
- Organización de banquetes y comidas de trabajo.
- Recepción y proceso de las inscripciones: *mailing*, de congresistas (confirmación de inscripción, cambios y anulaciones) y comunicación con el comité organizador.
- Coordinación de los servicios de la sede del congreso.
- Preparación y entrega de la documentación al congresista.
- Montaje de la oficina de asistencia en la sede durante la duración del congreso.
- Cierre económico del congreso e informe final de la gestión.
- De esta secretaría depende el departamento de protocolo.

Secretaría turística

Está dirigida por una agencia de viajes y tiene las siguientes funciones:

- Organización de los *tours* pre y post – congreso.
- Gestión de traslados de llegada y salida de los asistentes, así como del transporte entre los hoteles y la sede del congreso.
- Visitas y excursiones.
- Programa social y programa de acompañantes.

2.8 Documentación de los congresistas y ponentes

Normalmente es la secretaría técnica la que prepara el material para los asistentes del congreso que se entrega al inicio del evento:

- Un sobre personalizado que incluye las credenciales, la invitación a eventos especiales (excursiones, programas de acompañantes...), un mini – programa... En el caso de los ponentes se le incluirán las “instrucciones para ponentes”.
- El *kit* del congreso, que incluye:
 - El programa oficial (bienvenida del presidente, agradecimientos, comité de honor y organizador, el horario completo, programa científico, patrocinadores y donaciones y direcciones de contacto).
 - Libro de resúmenes.
 - Listado de participantes.
 - Índice de autores de la documentación.
 - Guías turísticas de la ciudad, así como un mapa.
 - *Bloc* de notas, lápices y bolígrafos.
 - Obsequios y regalos.

2.9 Comunicación y difusión

Debemos investigar cuál es el medio de comunicación más adecuado para nuestro evento. Estos datos nos lo pueden dar el público: sexo, edad..., características de dónde proceden, perfil socio – económico... ¿Cuáles son nuestros objetivos de comunicación?: ¿informar?, ¿conseguir algún tipo de respuesta?, ¿darnos a conocer?... El material de comunicación debe incluir como mínimo el nombre del congreso, la empresa que lo organiza, fecha y lugar, datos de contacto, precio y condiciones de pago y dirección web de la página del evento para más información, si la tuviese.

En una sociedad en la que todo tiene un interés mediático es fundamental que todo evento posea una buena red de medios de comunicación ya que no solo los asistentes al evento serán los que podrán disfrutar de él. Para esto hay que saber seleccionar el medio o medios más adecuados para difundir nuestro evento puesto que sobre ellos recaerá la responsabilidad de seleccionar las informaciones que van a comunicar. Es evidente que al hablar de medios de comunicación lo primero que se nos pasa por la cabeza es la prensa, la radio y la televisión, pero no debemos olvidar que en los últimos años internet se ha consolidado como un canal de transmisión de información muy importante, casi tan importante que está desbancando a los medios anteriormente mencionados.

A continuación, analizaremos cada uno de estos canales de difusión.

2.9.1 La prensa

A pesar del pensamiento que tiene nuestra sociedad sobre este medio: que está anticuado, desbancado, olvidado... la prensa tiene una característica muy importante, es un medio flexible. Cualquiera puede leer la página de un periódico en cualquier lugar, es decir, no está sujeto a la variable del tiempo como por ejemplo la radio o la televisión, que tienen una hora de emisión concreta. Además, no tiene una estructura de lectura fija, es decir, no hay que empezar por las noticias nacionales, luego las internacionales, deportes... A diferencia de los medios digitales, los medios impresos se elaboran con más tiempo, por lo que se puede contrastar mejor la información, incluso añadir más documentación. La prensa es un medio reflexivo, puesto que al ser la lectura un hecho de obligación implica

cierto grado de concentración que no requieren ni la radio ni la televisión. Este medio tiene una gran virtud, que es la perdurabilidad en el tiempo. Lo que se emite en la televisión o en la radio desaparece cuando el programa finaliza, en cambio, la prensa escrita invita a la relectura, sobre la que reflexionar y analizar más tarde.

Sin embargo, este medio tiene una desventaja en comparación con su competencia: la inmediatez. Mientras que en radio y televisión podemos enterarnos de la actualidad de forma rápida, incluso, en ocasiones, en directo, en los periódicos tenemos que esperar al día siguiente.

“Hay que diferenciar entre los intereses del público y los intereses de quienes realizan el evento. No siempre lo que le parece importante a los impulsores de un evento resultará de interés para el público. Habrá que adoptar los recursos para interesarlo y que éste capte o reciba lo que se le quiere decir.” (Sánchez R.J., 2009; 163)

2.9.2 La radio

La radio es el medio de la instantaneidad, capaz de ir adaptando su información al momento en el que ocurre. Es el único de los tres medios tradicionales de comunicación que otorga mayor libertad al receptor en el proceso informativo. Por esta razón, además de su función informativa, la radio también desarrolla la función de acompañamiento. Es un medio que sirve para ambientar pues a la vez que se oye un programa se puede desarrollar otra actividad.

Sin embargo, la instantaneidad de la que hablábamos antes, unida a la fugacidad de sus contenidos obliga a este medio a utilizar un determinado tipo de lenguaje, un lenguaje que no esté excesivamente recargado, ni con construcciones gramaticales complejas o palabras innecesariamente técnicas pues el receptor no está preparado para ese tipo de discurso.

2.9.3 La televisión

Las características principales de este medio coinciden con las de la radio (fugacidad, inmediatez). Sin embargo, en términos de fugacidad, es cierto que los contenidos de la televisión permanecen más tiempo en la mente del espectador gracias a la acción de la

imagen. Si bien decíamos que la radio tenía la función de acompañante, cada vez es más habitual la práctica de encender la televisión sin el objetivo de verla o escucharla, solo por “tenerla de fondo”. Esto nos obliga, además de ofrecerle nuestro tiempo, ofrecerle el espacio, ya que no es un dispositivo que pueda llevarse consigo.

Una gran ventaja que tiene este medio de comunicación es la imagen, y la imagen es emoción. En ocasiones no es siquiera necesario que algo lleve texto, o que lo escuchemos detenidamente, basta con la imagen para hacernos sentir, entender o comprender lo que el autor quiere decirnos.

2.9.4 Internet

Como hemos mencionado, internet se ha convertido en un gran medio de comunicación de masas, tanto, que práctica aún todas las características y ventajas de los medios tradicionales. La lectura de los periódicos, escuchar la radio o ver la televisión han pasado prácticamente a medios online.

La información que podemos encontrar en internet procede de una gran base de datos con información multimedia de todo tipo, que además puede ser actualizada, y son las mismas fuentes las que se encargan de esa tarea. Esto lo convierte en un medio de masas cómo y versátil a escala mundial (Cobián, *Internet como medio de comunicación masiva*⁷). Asimismo, constituye una gran red en la que expresar opiniones, a diferencia de los medios tradicionales, en los que el público no podía tener opinión.

“Internet también ha dejado prácticamente obsoleto a otro medio de comunicación: el correo ordinario. El uso del correo electrónico no solo tiene una ventaja a nivel económico, sino por su rapidez, lo que permite fluidez en las comunicaciones. Asimismo, este medio ha supuesto una revolución en el mundo de publicidad gracias a las redes sociales y a la venta online” (Cobián, *Internet como medio de comunicación masiva*⁷).

⁷<https://www.monografias.com/trabajos99/internet-como-medio-comunicacion-masiva/internet-como-medio-comunicacion-masiva.shtml>

2.10 Azafatas

Las azafatas son la cara de bienvenida de un evento, son las que ayudan a crear una atmósfera agradable. Se encargan de atender las necesidades de los asistentes y de los ponentes, son el intermediario entre el comité organizador y los participantes. También son las encargadas de acompañar a los asistentes a las salas de exposiciones, resolver dudas en cuanto a la programación, horarios, y gestionar los problemas que se puedan presentar.

Asimismo, todas las azafatas o azafatos deben tener buena presencia, una altura mínima, hablar inglés fluido y, preferentemente algún otro idioma.

A continuación expondremos las principales funciones de las azafatas en un evento (*Tipos y funciones de las azafatas de congresos (2018)*⁸).

2.10.1 Procedimientos a seguir antes de que comience la sesión

- Llegar al *hall* con el tiempo suficiente para poder repasar todo lo que se vaya a desarrollar durante la jornada.
- Comprobar todos los días de duración del evento si existen necesidades especiales.
- Presentarse, antes de que dé comienzo la sesión, a las personas que conformarán la mesa, ofrecerles sus servicios y asegurarse de que saben cómo funciona el equipo que van a utilizar.
- Situarse en la entrada y distribuir la documentación de para ponentes e inscritos.

2.10.2 Procedimientos a seguir durante la sesión

- Cuando se use micrófono fijo tendrá que estar colocado a la altura y distancia adecuadas para el ponente.
- Cuando se utilice un micrófono de solapa o corbata, ayudar al ponente a ponérselo.
- Apagar las luces que sean necesarias si no se alcanzan los interruptores desde la mesa.
- Colocarse fuera de la sala en silencio, sin hacer corrillos.
- Mantenerse atentos con lo que discurre en la sala por si fuese necesaria ayuda.

⁸<https://publiazafatas.com/tipos-funciones-de-las-azafatas-congresos/>

2.11 El congreso

En los días previos al congreso se hacen comprobaciones del equipo, equipamiento, salas, almuerzos, *coffee breaks*... para asegurarse de que todo funciona correctamente antes de la inauguración del evento, es decir, un ensayo general.

2.11.1 Registro *in situ*

Los mostradores de registro son la primera toma de contacto que tiene el asistente con el congreso, y es importante que se lleve una buena impresión. Está área debería ser un espacio grande como para permitir a la gente hacer una cola cómoda, sin chocarse. Como los asistentes del evento ya deberían estar registrados una vez dé comienzo el evento, la secretaría técnica puede establecer un sistema de registro: por países (en el caso de que sea un congreso internacional), por número de registro, y, por último, la más habitual, por orden alfabético.

Además de la recogida de documentación *in situ*, el área de registro tendrá que estar habilitado para los siguientes servicios:

- Registro de nuevos asistentes o ponentes, equipada con el material necesario para entregar la documentación que les acredite como asistentes o ponentes.
- Preguntas sobre las actividades, charlas o exposiciones del día. Se recomienda tener todo el material transcrito disponible para quien lo precise.
- Pre – pago de los registrados por países, alfabéticamente o por número.
- Cuando hay una exhibición, es necesario instalar un mostrador especial para los exhibidores.
- Si asisten muchos ponentes invitados, es aconsejable tener un registro especial para los disertantes.
- Se recomienda disponer de un mostrador de “hospitalidad” para la agencia de viajes oficial que tendrá que gestionar los viajes y alojamientos en el mismo *hall* de registro, así los participantes podrán gestionar todo lo acordado en un mismo lugar.

2.11.2 *Inauguración del congreso*

La inauguración es el acto con el que se inicia el congreso al que se invitan a ciertas autoridades relevantes para el evento, según su naturaleza. Se recomienda que, además de invitar a las autoridades que tengan sede en la ciudad sede del congreso, se debe invitar a aquellas personas que ostenten altos cargos en el Estado o en la comunidad autónoma que tengan competencia o guarden alguna relación con los asuntos a tratar en el evento.

El jefe de protocolo deberá comprobar los micrófonos, la mesa presidencial, los letreros, las tarjetas sobre la mesa para la ordenación de la presidencia, el agua, los luces... (*Inauguración de un congreso (2017)*⁹). A continuación, expondremos un ejemplo del protocolo que debe acompañar el acto de inauguración:

- El presidente del congreso o comité organizador recibe a las máximas autoridades, especialmente a los que ocuparán un lugar en la mesa presidencial. El resto de los invitados pueden ser recibidos por el responsable de protocolo del congreso, que los deberá guiar al lugar en el que se encuentran los miembros del comité organizador. Cuando todos los participantes se encuentren en la sala se pedirá permiso al presidente del congreso para iniciar la sesión.
- Los miembros de los comités de honor y organizador se sentarán en las tres o cuatro primeras filas.
- El presidente debe plantearse la cesión de la presidencia cuando asista una alta autoridad del Estado. En el caso español, es habitual que el presidente del congreso ceda la presidencia cuando asiste al acto inaugural el Rey, la Reina, un miembro de la Familia Real, el presidente del gobierno... colocándose de manera alterna par o impar (*Inauguración de un congreso (2017)*⁹).
- El acto de apertura no debe durar más de una hora. Lo inicia el presidente del congreso, que suele hacer un discurso breve y, en algunas ocasiones, una vez acabado el discurso, la presidencia abandona la sala.

⁹<https://protocoloalavista.com/la-inauguracion-congreso/>

2.11.3 *Coffee breaks, almuerzos y aperitivos*

A pesar de que en el interior de la mayoría de las salas esté prohibido comer o beber, es recomendable incluir comidas o *coffee breaks* por las siguientes razones:

- La tarifa de registro está cubierta por una institución o impuesto del país de origen del participante, así que tenemos la ventaja de tener incluida la comida en dicha tarifa, aunque el precio se eleve.
- Con las comidas incluidas, los participantes no abandonan el lugar del congreso a mitad de día, por lo que un gran número se queda para las ponencias de la tarde.
- Los expositores estarán más contentos si los participantes se quedan en el lugar del congreso cuando no hay ninguna sesión.
- Comprando cientos de comidas a la empresa de catering podemos negociar un buen precio, mejor que si se pagase individualmente.

En cuanto al protocolo durante el almuerzo, la hora que marca la invitación deberá respetarse lo máximo posible. Si un invitado se retrasa, se podrá empezar sin él, debiendo empezar, una vez se incorpore, a partir del plato que estén comiendo los demás invitados (Sánchez R.J., 2009; 208).

2.11.4 *Eventos sociales*

Podríamos denominarlos el espíritu social de cada congreso ya que expresan el carácter de los participantes, así como el carácter del país anfitrión. Estos no solo consisten en cenas y entretenimiento, sino una oportunidad para que la gente se conozca, interactúa y establezcan contactos.

Entre los eventos más destacados podemos incluir la recepción del primer día, el acto de inauguración o el de clausura, pero no acaba ahí:

- Una recepción en un museo o un lugar típico de la ciudad en la que celebrar una ceremonia breve y con el objetivo de socializar.
- Un concierto o un espectáculo de folclore. Es aconsejable incluir previamente el precio en la tarifa de inscripción, ya que el precio de un grupo de danza, cantante u orquesta es fijo y lo podremos saber con anterioridad.

- Cena en un restaurante. El precio se puede acordar con el establecimiento con anterioridad. También puede incluirse en la inscripción para que los participantes puedan elegir el tipo de comida que prefiera.
- Cena para el coordinador y los ponentes invitados. Para ello debe realizarse una invitación especial.
- Habitaciones de cortesía. Son para las empresas u organizadores y deben coordinarse con el comité organizador.

2.11.5 Clausura

Al igual que el de inauguración, el acto de clausura exige, por lo general, el mismo protocolo que este. En ocasiones se puede exigir incluso un protocolo más estricto ya que habitualmente este acto va acompañado con un banquete o cena de gala.

Durante este acto, el presidente del congreso puede hacer un balance de las tareas llevadas durante el evento y agradecer el apoyo y la colaboración prestados por las autoridades, las entidades, los ponentes y, sobre todo, a los asistentes. A continuación, pueden tomar la palabra alguna autoridad invitada, siempre por orden, de mayor a menor rango, declarando la clausura del evento.

El banquete de clausura puede consistir en una comida o cena, incluso con espectáculo, para lo que se debe tener en cuenta lo siguiente (*¿Cómo organizar la cena de clausura de un congreso? (2017)*¹⁰):

- Es importante que el jefe de protocolo procure que se dispongas mesas especiales para las autoridades del evento. Dado que todos los puestos de una mesa están protocolizados, el jefe de protocolo debe velar por que no quede ningún hueco vacío en la mesa presidencial.
- Los ponentes tomarán asiento en el salón de la cena antes de la entrada de las autoridades, que serán recibidas por el presidente del comité organizador o por algún miembro de este comité junto con el jefe de protocolo.
- Aunque la clausura se hubiese celebrado con anterioridad a la cena, es habitual que durante la misma se haga un brindis a modo de despedida.

¹⁰<https://www.gmsprotocoloyeventos.es/organizar-la-cena-clausura-congreso/>

2.12 Protocolo

Se debe elaborar un proyecto de protocolo que abarque desde el inicio hasta la clausura de cada congreso. Este tendrá un jefe de protocolo, que será quien acompañe al director del congreso durante la presentación del proyecto del evento ante las autoridades y personalidades que interesen.

El proceso de protocolo que se ha de seguir previo a la celebración del evento es:

- Gestión del comité de honor. Preparación, escritos, gestión de audiencias, ordenación...
- Preparación de las reuniones y organización del protocolo de los distintos comités.
- Planificación de viajes, hoteles, agenda de las personalidades del congreso...
- Reservas de hoteles a los miembros de los comités, ponentes y planificación de las actividades.
- Planificación del programa social (eventos sociales).
- Planificación de los servicios de restauración, *catering*, seguridad, azafatas, conductores...
- Regalos y atenciones especiales.

Asimismo, entre las formas de protocolo que debemos seguir durante el desarrollo del congreso encontramos:

- Recibimientos (en aeropuerto, hotel y sede del congreso).
- Atención durante el acto de inauguración.
- Protocolo de autoridades y personalidades (incluidos los miembros de los distintos comités y ponentes).
- Atención a los congresistas, acompañantes de las personalidades y asistentes.
- Coordinación de las salas.
- Decoración de las salas y gestión de los elementos materiales en los escenarios.
- Atención durante el acto de clausura.
- Despedidas.

Por último, tras la finalización del congreso debemos elaborar una memoria documental de los distintos eventos y su protocolo y, para terminar, envío de agradecimientos a las autoridades, patrocinadores, promotores y participantes.

2.12.1 Atenciones especiales

El comité organizador será quien se encargue de determinar si sería conveniente entregar un regalo a los congresistas, acompañantes, ponentes, personalidades e invitados especiales, aunque hay ocasiones en que se entrega un detalle a todos los asistentes, como en los congresos gratuitos o benéficos, por ejemplo. El tipo de regalo u obsequio dependerá del tipo de congreso, el presupuesto del que se disponga. Este obsequio puede gestionarse a través del congreso, incluyendo su logotipo en él, o bien formar parte de los patrocinadores. Habitualmente se entrega bien al principio del evento, con la documentación y la acreditación, con la carta de bienvenida en la habitación del hotel o, incluso, una vez finalizado el evento se envía al domicilio particular (Nurkanovic Egea, 2005; 135)

2.12.2 El puesto de honor

El puesto de honor es el que ocupa la persona que preside, situado a la derecha del anfitrión. Este puede ceder su puesto al presidente, otorgándole el lado derecho y pasando el anfitrión a ocupar su izquierdo, como dicta la teoría tradicional. Sin embargo, existe una teoría más moderna que dicta que el que cede el lugar de honor se sitúa a la derecha, al entenderse que solo se cede un puesto y no dos.

Generalmente, se reserva este puesto a una autoridad invitada al acto, a la persona en cuyo honor se celebra el evento o cuya presencia aporta más prestigio.

2.12.3 La presidencia

La presidencia es la zona reservada durante un acto al anfitrión y sus invitados principales, que se colocan de acuerdo con las normas oficiales de protocolo. Si se trata de un acto de carácter oficial el presidente se colocará en el centro siendo el punto de referencia y las demás autoridades se colocarán alternativamente de derecha a izquierda del punto de referencia, según el poder que ostenten. Empero, si se trata de un acto no oficial, se

ordenarán de acuerdo con los criterios de anfitrión. En este caso se procurará, si participan autoridades, no alterar el ordenamiento interno establecido entre ellas. Si asistiera un ponente muy importante, como un premio Nobel, se le colocaría en la mesa presidencial, aunque no participase en el discurso.

2.12.4 El anfitrión

Es la persona que organiza, convoca e invita a un acto, también preside los eventos que pone en marcha. Los principios sobre el anfitrión y la presidencia están recogidos como costumbres y tradiciones, y se elevan a norma para los actos oficiales el Real Decreto 2099/83 sobre Precedencias Generales del Estado.

En concreto, el artículo cuatro de esta norma dicta que los actos serán presididos por la autoridad que los organice y que, en caso de ausencia, ocupará su lugar la persona inmediata al anfitrión. Como hemos mencionado anteriormente, cuando el anfitrión cede el lugar de presidencia, este se colocará a la izquierda del punto de referencia, alternándose el resto de los invitados de derecha o izquierda, o bien de manera lineal. En estos casos podríamos considerarlo más que una cesión obligada, una cortesía “obligada” en lo moral y ético. Un ejemplo sería la asistencia de una autoridad que realce nuestro evento, estaríamos moralmente obligados a ofrecerle un trato especial además de la cesión del puesto de honor.

Puede darse el caso que invitemos a una autoridad al acto de inauguración. Esto es responsabilidad del anfitrión, y debe cuidar y tomar una buena decisión sobre a quién invita. Lo normal es que los actos de inauguración los presida una autoridad de mayor rango que el anfitrión. En este caso, si queremos que el acto esté presidido por el alcalde, por ejemplo, no debemos invitar al presidente de la comunidad... pues si aceptase, lo adecuado sería que el anfitrión cediese el puesto de presidencia al que ostente mayor rango.

2.12.5 Recepción de invitados

Una misión fundamental del anfitrión es recibir a sus invitados, tal y como dicta el protocolo.

El presidente del congreso debe recibir personalmente a todos los componentes de la mesa presidencia, tanto en la inauguración como en la clausura. También ha de recibir a los ponentes, mientras que al resto de las autoridades pueden ser recibidas por el director del congreso o por el jefe de protocolo. Es costumbre que el anfitrión presente a los colaboradores y patrocinadores del evento, así como a los representantes de las instituciones o entidades que asistan al acto.

El proceso de recibir a una autoridad se ajusta a un determinado ceremonial: el anfitrión se sitúa el primero y, a continuación, los miembros restantes de su equipo, ordenados de mayor a menor rango. Este recibimiento se efectúa normalmente de pie, junto al coche o en la puerta del vestíbulo del lugar de celebración del acto. Este proceso se repite de igual manera y exactamente en la misma ubicación tanto en el recibimiento como en la despedida de los asistentes.

2.13 Post congreso

2.13.1 Transcripción de ponencias

Una vez finalizado el congreso podemos hacer llegar las ponencias a los congresistas, esta no es una práctica obligada ni habitual en todos los congresos. En el caso de que se lleve a cabo, pueden enviarse de tres formas:

- En CD, en sustitución de los libros tradicionales. Resultará más barato y manejable.
- Podemos editar un libro de ponencias.
- Publicar las ponencias en la página web del congreso.

2.13.2 Evaluación del comité organizador

El comité organizador debe reunirse tras la clausura del evento para evaluar el congreso en general y, para ello deben disponer de los siguientes documentos (*Cómo organizar un congreso paso a paso (2020)*¹¹).

- Tabulación de las encuestas de evaluación, es decir, el control de calidad del evento.
- *Dossier* final del gabinete de prensa.
- Informe final de cada área, indicando resultados, objetivos y metas alcanzados, nociones a mejorar y opinión general del congreso.
- Informe administrativo, es decir, una relación de los ingresos y gastos del evento.
- Una memoria final del congreso.

2.13.3 Conclusiones y recomendaciones

Una vez finalice el congreso y teniendo la evaluación del comité organizador, debemos plantearnos mejoras para próximos eventos. Para esto podemos preparar una carpeta con la memoria del congreso. Debemos saber evaluar y reconocer objetivamente aciertos y errores del evento.

¹¹ <https://www.venuesplace.com/es/idea/333-como-organizar-un-congreso-paso-a-paso>

Asimismo, debemos cumplir con los compromisos establecidos durante el congreso:

- Con los proveedores (facturas, cancelación de alquileres...).
- Con los congresistas (envío de material informativo, las ponencias y la memoria del congreso).
- Con los patrocinadores (memoria e informe final).
- Con los medios de comunicación (boletín de conclusiones, material fotográfico y memoria).
- Con los moderadores (carta de agradecimiento y memoria).
- Con los organizadores que colaboraron (cartas de agradecimiento y devolución de equipos).

3. Análisis: III Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares

El congreso propuesto para su análisis es el III Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares, celebrado en el mes de noviembre de 2019 en el Hotel Silken Al – Ándalus de Sevilla.

En este punto, estudiaremos si la teoría anteriormente expuesta sobre la correcta organización de un evento o congreso fue aplicada en este caso particular. Observaremos sus puntos fuertes y débiles, así como la ausencia o exceso de procesos que se llevaron a cabo previamente, durante y tras el congreso.

3.1 Introducción

La Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) es la entidad de referencia en la lucha contra el cáncer en España, con una antigüedad de 66 años. Está estructurada en cincuenta y dos sedes provinciales y está presente en más de dos mil localidades españolas. En la personalidad de la organización encontramos el estar al lado de las personas, por lo que su trabajo principalmente está orientado a ayudar a prevenir el cáncer, estar con los pacientes y sus familiares durante la enfermedad y mejorar su futuro con las mejoras en la investigación oncológica. Así, a través de su Fundación Científica, la AECC aúna la demanda social de investigación contra el cáncer, financiando a través de concursos públicos programas de investigación científica oncológica. Hoy día, es la entidad social y privada que más fondos destina a investigar la enfermedad.

El cometido de la organización de estos congresos es ofrecer herramientas útiles e información de interés a personas con la enfermedad, así como a todo su entorno. El evento es, en definitiva, un lugar de encuentro que integra a todas las entidades que luchan contra el cáncer; en él se organizan tanto mesas de discusión sobre la enfermedad como talleres y actividades que se desarrollan simultáneamente en las horas programadas de congreso. Cabe destacar que estos eventos son totalmente gratuitos y están diseñados para que personas de todas las edades se reúnan. Además de la asistencia de pacientes, familiares y miembros y voluntarios de la entidad, al evento se invitan a profesionales de la medicina y académicos del deporte que son los encargados de preparar ponencias para las charlas, talleres y actividades.

Este congreso es el tercero que se organiza en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Tras el buen resultado de los congresos anteriores celebrados en Málaga, el congreso de 2019 fue celebrado por primera vez en la capital andaluza con el lema “La vida da para más”.

3.2 Comité organizador

A pesar de que las personas que componían el comité organizador del primer congreso ya no ostentan la misma ocupación, los puestos se han mantenido, siendo, al igual que en los anteriores, la Junta Provincial de la Asociación Española contra el Cáncer el comité organizador del congreso. Más concretamente:

- Dr. D. José Andrés Moreno Nogueira, *presidente Comité Técnico AECC Sevilla, oncólogo médico.*
- Dr. D. Manuel Ruiz Borrego, *vocal Comité Técnico AECC Sevilla, oncólogo médico.*
- Dr. D. José Antonio Sánchez – Calzado, *oncólogo radioterapeuta.*
- Dr. D. Juan Antonio Virizuela Echaburu, *vocal Comité Técnico AECC Sevilla, oncólogo médico.*
- Sr. D. Julio Cuesta Domínguez, *presidente AECC Sevilla.*
- Dr. D. Juan Sabaté Díaz, *profesor titular de radiología de la Universidad de Sevilla. Académico de Número de la Real Academia de Medicina de Sevilla.*
- Sra. Dña. M^a Jesús Calderón, *vicepresidenta Consejo Ejecutivo Provincial de Sevilla.*
- Sr. D. Manuel Bellido Bello, *Tesorero AECC Sevilla.*
- Sr. D. José Luis Pérez Moreno, *secretario Consejo Ejecutivo provincial de Sevilla.*
- Sra. Dña. Dolores Gavira Mateos, *vocal Consejo Ejecutivo provincial de Sevilla.*
- Sra. Dña. Paloma Gómez Díaz, *presidenta AECC Fuengirola.*

3.3 Comité científico

Como hemos mencionado anteriormente, al congreso acudieron profesionales reconocidos de la medicina y algunos de ellos formaron parte del comité científico.

- Dr. D. José Andrés Moreno Nogueira, *especialista en oncología médica y presidente del Comité Técnico Asociación Española Contra el Cáncer de Sevilla.*
- Dra. Dña. Ana Casas, *especialista en oncología médica, Fundación Actitud frente al Cáncer y directora general de Asociaciones de Pacientes del Colegio de Médicos de Sevilla.*
- Dr. D. Javier Salvador Bofill, *jefe de servicio de oncología médica, radioterápica y radio – física Hospital Universitario Virgen del Rocío, Instituto Biomedicina IBIS.*
- Dra. Dña. Eloisa Bayo Lozano, *jefa de servicio de oncología radioterapia del Hospital Universitario Virgen Macarena de Sevilla.*
- Dr. D. Manuel Chaves Conde, *jefe de servicio de oncología médica, Hospital Nuestra Señora de Valme.*
- Dr. D Luis de la Cruz Merino, *jefe de servicio de oncología médica, Hospital Universitario Virgen Macarena de Sevilla.*
- Dr. D. David Vicente Baz, *jefe de oncología Hospital Universitario Virgen Macarena, coordinador del plan integral del cáncer de Andalucía.*
- Dr. D. Manuel Ruiz Borrego, *presidente de la Sociedad Andaluza de Oncología Médica. Especialista en oncología médica, Hospital Universitario Virgen del Rocío.*
- Dra. Dña. M^a José Ruiz Gordillo, *especialista en oncología radioterápica del Hospital Universitario Virgen del Rocío.*
- Dra. Dña. Ana María Álvarez Silván, *especialista en oncología pediátrica y fundadora de la Asociación de padres de niños con cáncer.*
- Dr. D. José Antonio Sánchez Calzado, *especialista en oncología radioterapéutica, oncólogo radioterápico.*

- Dra. Dña. Catalina Márquez Vega, *especialista en oncología pediátrica en la UGC del Hospital Virgen del Rocío. Vocal de la Fundación de la Sociedad Española de Hematología y Oncología Pediátricas.*
- Dra. Dña. Ana Fernández – Tejeiro, *presidenta de la Sociedad Española de Hematología y Oncología Pediátrica.*
- Dr. D. Juan Antonio Virizuela Echaburu, *jefe de oncología médica de Quirón Salud. Oncólogo médico servicio de oncología Hospital virgen Macarena de Sevilla.*
- Dr. D. Pedro Valero Jiménez, *especialista en oncología médica de Quirón Salud. Presidente y CEO de Oncoavanza.*
- Sra. Dña. Matilde Mora Fernández, *profesora de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte en la Universidad de Sevilla.*
- Dr. D. Juan Sabaté Díaz, *profesor titular de radiología de la Universidad de Sevilla. Académica de Número de la Real Academia de Medicina de Sevilla.*

Como hemos mencionado anteriormente, -véase apartado 2.4, página 18- entre las tareas y responsabilidades del comité científico se encuentra designar el resto de los ponentes. Por tanto, una vez el comité se reunió para seleccionar los profesionales que formarían parte del congreso, se pusieron en contacto con ellos. Los ponentes que aceptaron la invitación al evento y, una vez conocedores de las indicaciones del comité científico sobre la metodología, prepararon los contenidos para las charlas y talleres, que posteriormente tuvieron que ser aprobadas por dicho comité.

Dado a que se trataba de un congreso gratuito y estaba especialmente dedicado a los enfermos de cáncer y su entorno, se dispusieron algunas actividades, puestos y talleres organizados por los voluntarios y/o enfermos de la entidad. Asimismo, se colocaron puestos solidarios en el que se vendían detalles hechos a mano por los voluntarios y cuyos beneficios estaban destinados a la asociación.

Es recomendable que al menos un miembro del comité científico esté en constante contacto con la secretaría técnica. En el caso de este congreso, aunque no formase parte del comité científico, la encargada de intermediar con la secretaría técnica fue la persona al cargo del gabinete de prensa, comunicación y marketing de la AECC. Asimismo, para

establecer una buena organización, la coordinadora general de voluntarios de la entidad también estuvo en contacto con la secretaría técnica.

3.4 Comité de honor

Una vez seleccionada la temática del congreso y la sede de celebración del mismo, se diseñó un comité de honor con el objetivo principal de llamar la atención de los potenciales asistentes. La asistencia de ciertas personalidades públicas a un evento, más a uno gratuito y no lucrativo como es nuestro caso, proporciona al congreso cierto prestigio ante el público.

En este caso las personalidades que componían el comité de honor del congreso pertenecían al ámbito político (presidente de la Junta de Andalucía, consejero de salud y familias de la Junta de Andalucía, alcalde de Sevilla, presidente de la Diputación de Sevilla y Defensor del Pueblo), al ámbito académico (rector de la Universidad de Sevilla y de la Universidad Pablo Olavide), al ámbito social (Los Morancos y Diana Navarro, invitados para la clausura del congreso) y los diferentes presidentes provinciales de la AECC de Andalucía. Finalmente, algunas de los integrantes no acudieron y otros fueron en su lugar, como la viceconsejera de salud y familias de la Junta de Andalucía y el teniente alcalde de Sevilla.

3.5 Secretaría técnica

Una vez el comité científico trasladó la lista de ponentes a la secretaría técnica y el programa estaba definido, esta se puso en contacto con la sede de celebración del congreso, en este caso el Silken Al – Ándalus. Se mandó un *email* a cada ponente para que hicieran saber a la secretaría sus necesidades de alojamiento, desplazamiento, traslados y/o necesidades especiales. Sabiendo un número aproximado de las habitaciones necesarias, el hotel reservó una parte del mismo exclusivamente para los asistentes del congreso. Asimismo, se acordó con el hotel el número de salas y espacios reservados para el evento en función de la cantidad de personas que se previó que asistiesen. Además, se organizaron *coffee breaks* y un almuerzo gratuito para todos los asistentes del congreso.

Las inscripciones corrían por cuenta de este departamento. Ya que el congreso tenía una duración de dos días y había distintas actividades y charlas, crearon un sistema *online* de inscripciones que se estructuraba en: seleccionar aquellas charlas y/o actividades en las que el asistente estuviese interesado (teniendo en cuenta las horas para no pisar unas con otras) para tener una idea aproximada de cuánta gente acudiría a cada mesa; un cuestionario estándar de datos personales (nombre, apellidos, teléfono y *email* de contacto, intolerancias alimentarias...) y la opción de reservar alojamiento en el hotel sede del congreso (abonado con tarjeta de crédito en el momento de la reserva). La secretaría se encargó de las inscripciones de los ponentes, pero el resto de asistentes debían inscribirse por sí mismos. La AECC también se encargó de reunir a interesados en el congreso que no disponían de medios para inscribirse y trasladó la lista a la secretaría. Pocos días antes de la inauguración del evento, la secretaría cerró las inscripciones *online*, por lo que los rezagados debían inscribirse a través de una llamada telefónica con la secretaría técnica. Finalmente, una vez cerrado el periodo de inscripción, aquellas personas que quisieran asistir podían inscribirse personalmente el día del evento.

Cercana la fecha del congreso, la secretaría comenzó a preparar la documentación de los ponentes y asistentes y la manipulación de esta, esto es, una acreditación con el nombre y los apellidos, así como un rótulo con el nombre de los ponentes e invitados a la inauguración para las mesas. También se preparó una acreditación distintiva para los miembros de la secretaría técnica y los voluntarios y miembros de la AECC llevaban su

propia acreditación. Asimismo, se hicieron varias visitas a la sede para comprobar los espacios y la colocación de las mesas.

3.6 Patrocinio y colaboradores

Como hemos comentado antes, los patrocinadores y colaboradores son la fuente principal de un congreso, más en uno como este en el que la inscripción fue gratuita.

En este caso, la mayoría de los patrocinadores eran de acuerdo con la temática del congreso: la medicina. Entre ellos podíamos encontrar los hospitales Quirón Salud de Sevilla o el hospital Nisa Sevilla. También, el proyecto CATCH, Oncoavanze y VidaOn quienes tuvieron mesas informativas, charlas y actividades en el congreso. La Diputación de Sevilla, el servicio Tussam o la entidad bancaria de La Caixa que también fueron partícipes del evento.

El III Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares además de “nutrirse” de patrocinadores, tuvo varios colaboradores como Renfe, que proporcionó a la secretaria técnica una célula de descuento para los desplazamientos y regaló cuatro billetes de AVE a cualquier ciudad española que fueron sorteados por los voluntarios de la asociación en la clausura; ChezBand, que amenizó con su música el almuerzo; Canal Sur Radio y Televisión, que retransmitió en directo los días del evento; Eurostars Torre Sevilla que regaló un almuerzo para dos, también sorteados en la clausura del evento, entre otros.

3.7 Comunicación y difusión

Los métodos de comunicación y difusión que se utilizaron estuvieron principalmente enfocados en internet. Desde las redes sociales de la Asociación Española Contra el Cáncer (ver imagen 1), así como desde su página *web*, se publicaron varios *posts* sobre la fecha y el lugar del congreso. Además, tras los días del congreso se publicaron vídeos del evento en el canal de *YouTube* de la AECC (véase la *webgrafía*). Asimismo, se creó una página *web* dedicada exclusivamente al evento para proporcionar toda la información necesaria además de la posibilidad de inscripción. La compañía de la secretaría técnica también publicó información en sus redes sociales.

Días previos a la inauguración del congreso se comenzó con la publicidad exterior, principalmente en marquesinas y autobuses (ver imágenes 2, 3 y 4). Y, por último, durante el mismo congreso, y como hemos mencionado anteriormente, Canal Sur Radio y Televisión retransmitió en directo (ver imagen 5).



Imagen 1. Post de la AECC.

Fuente: Instagram @aeccsevilla



Imagen 2. Publicidad en autobuses.

Fuente: Instagram @aeccsevilla



Imagen 3. Publicidad en autobuses.

Fuente: Instagram @aeccsevilla



Imagen 4. Publicidad en marquesina.

Fuente: Instagram @aeccsevilla



Imagen 5. Retransmisión de Canal Sur.

Fuente: Instagram @aeccsevilla

3.8 Primer día de congreso

A las 16 horas daba comienzo la entrega de documentación. La secretaría técnica llegó al hotel sobre las diez de la mañana para terminar los preparativos: probar sonido e imagen para las mesas; colocar las mesas para los talleres; colocar talleres, mesas para la recepción y entrega de documentación... El hotel habilitó una sala para la secretaría técnica donde colocar ordenadores, ultimar detalles, terminar la manipulación de la documentación... Más tarde, llegaron los voluntarios y miembros de la asociación y se instalaron en la misma sala para organizar los obsequios que entregarían con la documentación proporcionados por el comité organizador.

En la recepción del hotel, junto a la entrada, se colocaron unas mesas junto con unos carteles que las dividían por orden alfabético para repartir la documentación de forma ordenada, de forma que cada asistente acudiese a su mesa correspondiente. Asimismo, se colocó una mesa más exclusivamente para la inscripción. Frente la recepción del congreso, la AECC colocó también unas mesas en las que los asistentes podían informarse sobre la asociación, así como hacerse miembros. Las mesas dedicadas a Canal Sur Radio y Televisión se colocaron detrás de la AECC, en un espacio más libre de ruido.

A continuación llegaron las azafatas, que fueron las encargadas de acompañar y guiar a los asistentes a las diferentes salas, así como de asistir las necesidades de los ponentes y preparar los rótulos para la siguiente mesa durante los descansos. Llegada la hora de entrega de documentación, bien un voluntario o una azafata se colocaron con un miembro de la secretaría técnica y entregaron la acreditación, los obsequios de la AECC y un programa del congreso, además de preguntar a cada asistente el lugar del que provenían y si eran miembros de la entidad o de alguna otra asociación. Una vez recogidas las credenciales, los ponentes que así lo solicitaron pasaron por la recepción del hotel para hacer el *check – in* y dejar su equipaje en la habitación. Así dio comienzo el III Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares.

A las 16.30 comenzó la inauguración de la mano de Charo Padilla, periodista de Canal Sur y maestro de ceremonias del evento (ver imagen 6). Además de la periodista, en la inauguración participaron con unas palabras la viceconsejera de salud de la Junta de

Andalucía, Julio Cuesta, el presidente de la AECC de Sevilla, el teniente alcalde de Sevilla y el presidente nacional de la AECC (ver imagen 7, 8 y 9). La tarde continuó según lo establecido en el programa, haciendo una pausa para el *coffee break* y visitar los *stands* que habían preparado tanto la Asociación Contra el Cáncer como otras entidades como la Asociación de Mujeres con Cáncer de Mama o la fundación Cudeca.



Imagen 6. Charo Padilla, maestra de ceremonias durante la inauguración.

Fuente: Instagram @aeccsevilla



Imagen 7. Catalina Carrasco, viceconsejera de salud de la Junta de Andalucía durante la inauguración.

Fuente: Instagram @aeccsevilla



Imagen 8. Julio Cuesta, presidente de la AECC Sevilla durante la inauguración.

Fuente: Instagram @aeccsevilla



Imagen 9. Juan Manuel Flores, teniente alcalde de Sevilla durante la inauguración.

Fuente: Instagram @aeccsevilla

3.9 Segundo día de congreso

El segundo y último día del evento comenzó a las 9.30 de la mañana. Al igual que el anterior, la secretaría técnica y los voluntarios de la asociación llegaron antes del comienzo para verificar que todo estaba preparado. La recepción de la secretaría técnica seguía abierta para aquellos que no habían recogido su acreditación y los que quisieron inscribirse para ese día. Para este día se programó un almuerzo ambientado por Chezband. Cabe destacar que las azafatas eran las encargadas de controlar el tiempo de las charlas y así comunicárselo a la secretaría técnica y que esta, a su vez, se comunicase con el personal del hotel para tener preparado tanto el almuerzo como los *coffee breaks*. La mañana se desarrolló normal, según los horarios establecidos en el programa, sin embargo, tras el almuerzo llegaron los problemas.

Debido a que los asistentes se rezagaron demasiado a la hora del almuerzo, alegando que no habían comido lo suficiente, la hora de la mesa que venía a continuación se retrasó. Esto provocó que las mesas terminaran y empezaran más tarde de lo previsto creando un gran problema de *timing*. El retraso de los asistentes en entrar y salir de las salas provocó también que las actividades programadas al aire libre tuviesen que acortar su duración ya que no podían quedarse en el exterior al anochecer. Para más inri, algunos de los ponentes tenían reservado el viaje de vuelta a sus ciudades al término de sus ponencias y, en consecuencia, algunos de estos tuvieron que posponerse y otros ni siquiera llegaron a exponer su mesa.

Como era de esperar por todo el retraso, muchos asistentes quisieron poner quejas de la organización del congreso, culpando a la secretaría técnica, a las azafatas y a los voluntarios de tener que esperar para entrar a las charlas. Sin embargo, este porcentaje de personas fue una mínima parte en comparación con aquellos que agradecieron a los responsables del evento y dieron la enhorabuena por la atención, dedicación y el cariño con el que las charlas y actividades estaban planteadas, designando el congreso como un auténtico éxito.

3.9.1 Clausura

El fin del congreso llegó sobre las ocho de la tarde con un espacio dedicado a los voluntarios de la AECC y el agradecimiento de estos en nombre de la asociación a todos los asistentes, los ponentes, la secretaría técnica y al personal del hotel. Y, además, como hemos adelantado anteriormente, los voluntarios repartieron tres premios sorteados entre los inscritos del evento.

A continuación se procedió al acto de clausura. En esta, el presidente de la Asociación Española Contra el Cáncer de Sevilla y el Dr. Juan Antonio Virizuela, especialista en oncología médica conversaron con César y Jorge Cadaval, más conocidos como Los Morancos, invitados para la clausura del evento (ver imagen 10 y 11). El congreso finalizó con la actuación de la cantante Diana Navarro, que dedicó unas palabras de ánimo y admiración a todos los médicos, enfermos y familiares que lidian día a día con el cáncer (ver imagen 12).



Imagen 10. José Antonio Virizuela, los Morancos y Julio Cuesta durante la clausura.

Fuente: Instagram @aeccsevilla



Imagen 11. José Antonio Virizuela, los Morancos y Julio Cuesta durante la clausura.

Fuente: Instagram @aeccsevilla



Imagen 12. Actuación de Diana Navarro durante la clausura.

Fuente: Instagram @aeccsevilla

3.10 Post congreso

El día siguiente tras el término del congreso, la secretaría técnica volvió al hotel para recoger todo el material. En el caso de este congreso en concreto no fue necesario desarrollar transcripciones, ni emitir certificados para los ponentes (excepto para aquellos que lo solicitaran expresamente). Se envió un *email* de agradecimiento a todos los ponentes que participaron en el congreso, así como a los miembros del comité de honor.

Las inscripciones que se hicieron a mano durante el evento se pasaron al sistema *online* de registro y se completaron con los datos que se recabaron durante la entrega de documentación (si se era miembro de alguna asociación, por ejemplo) para recabar una lista final de asistentes al evento y comunicar las estadísticas a la AECC.

También, se recibieron facturas, los gastos del hotel, de los servicios de técnicos, material audiovisual, así como la comisión de la secretaría técnica y se comunicaron al comité organizador. Además, el comité organizador emitió un cuestionario de satisfacción del congreso para establecer un control sobre la opinión general de los asistentes sobre el evento.

3.11 Protocolo

Tradicionalmente el maestro de ceremonias es elegido en función del tipo de acto que se lleve a cabo. En ocasiones puede ser el mismo director del evento el que desarrolle esa función o incluso algún miembro del comité organizador. El maestro de ceremonias o jefe de protocolo, como lo conocemos hoy día es el encargado de presentar las conferencias, hacer de moderador en debates, poner en contacto a los ponentes con el público... en definitiva, tiene la responsabilidad de conducir el evento.

En el III Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares designaron a Charo Padilla, periodista de Canal Sur Radio y Televisión, como maestro de ceremonias de evento. Sin embargo, la periodista no estuvo a cargo de ninguna de las funciones que hemos mencionado anteriormente, sino que pronunció unas palabras en el inicio del congreso junto con otras personalidades, dando por inaugurado este. Desde el punto de vista de la autora, durante el congreso no existió la figura del jefe de protocolo tal y como lo conocemos. Fueron los voluntarios junto con las azafatas los que organizaron los rótulos para las mesas, atendieron a los ponentes y presentaron cada charla. Por otro lado, era la secretaría técnica la que estaba en continuo contacto con el personal del hotel para organizar las pausas de café, el almuerzo y/o cualquier otro asunto que surgiese.

El protocolo durante las ponencias brilló por su ausencia. Para las charlas se colocó una mesa y los rótulos con los nombres de cada profesional, pero estos no estaban ordenados bajo ningún tipo de categoría. Como sabemos existen tres tipos de disposiciones de ordenación: lineal, lateral y mixta, en las que normalmente los elementos están ordenados en función de su posición de poder, jerarquía, relevancia... tomando como referencia el anfitrión o presidente del evento, salvo en los casos en los que este cede el puesto de honor a un invitado especial.

A continuación expondremos un ejemplo:

En la imagen 10 podemos observar que las personalidades están sentadas de izquierda a derecha en el siguiente orden: el jefe de oncología médica del hospital Quirón Salud, los Morancos y el presidente de la AECC de Sevilla. Este orden no corresponde a ninguna disposición de las mencionadas anteriormente ya que, por su parte, no podría ser lineal puesto que no existe un punto que tomar como referencia además de dicho orden no corresponder con el estudiado en protocolo. Y, por otro lado, tampoco podría corresponder con la disposición lateral par ya que el presidente de la AECC de Sevilla debería estar sentado a la derecha de los humoristas ya que es el que hospeda el acto (a los que entendemos que se cede el centro como puesto de honor ya que son invitados especiales).

Como decíamos, en este congreso los profesionales estaban sentados de forma bastante aleatoria, sin atender a ningún criterio, con la salvedad de que aquel que exponía se levantaba de la mesa y hablaba sobre un atril que se colocó en un extremo del escenario (ver imagen 13).



Imagen 13. Ponencia de Julio Cuesta.

Fuente: Instagram @aeccsevilla

Asimismo, tanto como para la recepción del comité de honor e invitados especiales como para su despedida no existió un procedimiento en el que, como es habitual, son recibidos por el presidente del comité organizador o el anfitrión, sino que cada personalidad que llegaba acudía, individualmente, a la recepción de la secretaría técnica.

En definitiva, según la percepción de la autora, no existió ningún tipo de gestión protocolaria. Quizá por la temática del congreso y la forma en la que estaba organizado: más informal, destinado a las personas que sufren la enfermedad y a su entorno, con el fin de ser un punto de encuentro entre estos, como mencionábamos al principio, no como un congreso estricto de oncología médica.

4. Conclusiones

Si bien hemos podido verificar a través del análisis del III Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares la importancia que tiene una buena organización previa al acto, hemos podido estudiar también cómo llevar a cabo una buena organización, dando respuesta a los dos objetivos más generales que planteamos al inicio del proyecto. Hemos podido comprobar que los procesos propuestos como esenciales en la organización de un congreso fueron aplicados casi en su totalidad en el congreso propuesto de análisis, con la principal salvedad del protocolo, del que hablaremos más adelante. Podríamos decir que, en función de la magnitud del evento, su importancia, su oficialidad, su repercusión en la sociedad, etcétera, un congreso requiere más o menos seriedad o estrictez en su organización. Esto es, según el evento que estemos organizando, podemos, o no, aplicar ciertos procesos como los almuerzos, los eventos sociales o siquiera la inclusión de un comité de honor. Sin embargo, podemos afirmar que hasta el acto más pequeño requiere de una organización y, en consecuencia, esta cobra mucha importancia.

Unido a esta idea podemos desmentir una de las hipótesis que planteamos para este proyecto; una buena organización no garantiza la perfecta ejecución del evento. Como hemos visto en el análisis del III Congreso de Personas con Cáncer y Familiares, el acto tuvo un gran fallo: el tiempo. A pesar de que la organización fue correcta, ni la secretaría técnica ni los voluntarios de la AECC contaron con que podría haber retrasos, por lo que no había una solución preparada para el caso. Esto provocó que “cundiera el pánico” principalmente entre los responsables de la secretaría técnica ya que hubo una avalancha de asistentes con quejas sobre los problemas de tiempo de las charlas, así como problemas con los desplazamientos a las ciudades de origen de los ponentes. En consecuencia, podemos afirmar otra de las hipótesis planteadas, tener en cuenta el factor tiempo sí es esencial para una buena ejecución de un congreso. Durante la organización, es recomendable ponerse en todos los supuestos posibles de cómo podría desarrollarse nuestro evento para así saber actuar de manera rápida y eficaz en el caso de que alguno de estos supuestos ocurra.

El protocolo en este caso supone un punto de reflexión. Entre los objetivos de este proyecto nos proponíamos analizar si la gestión del protocolo en nuestro congreso, en concreto, había tenido algún error. En cuanto a su teoría se refiere, podemos afirmar que el principal error que tuvo es que fue prácticamente inexistente. Como hemos comentado anteriormente (véase apartado 3.11, página 61) los procesos de protocolo tal y como los conocemos no estuvieron presentes durante el acto, pero ¿era indispensable? Uniendo esta idea a la hipótesis que planteamos en un inicio, no, desde el punto de vista de la autora el protocolo en este caso en concreto no fue vital. El acto estaba más dedicado a los asistentes que a los ponentes y profesionales que acudieron, puesto que se trataba de un punto de encuentro entre los pacientes de cáncer y su entorno para informarse y aprender herramientas con las que enfrentar la enfermedad. Prácticamente fue una convivencia entre los asistentes y los ponentes, una oportunidad para conversar entre ellos en un espacio especialmente dedicado a una gran parte de su vida.

Para finalizar, responderemos al último objetivo marcado para el proyecto. Al término del evento, los asistentes parecían bastante satisfechos con lo que habían visto y vivido, pero esto se confirmó cuando, personalmente, quisieron hablar con la responsable de la secretaría técnica, así como con la directora de la agencia que se encargó de la organización del acto para felicitarlas por la magnífica organización del mismo, así como por los servicios y el buen trato del personal del hotel. También, una vez se regresó a la oficina de la secretaría técnica, se pasaron unos cuestionarios de satisfacción entre los asistentes y estos regresaron con una muy buena opinión, en general. Por todo esto, sumado con la percepción personal tanto de la autora como de su equipo de trabajo de la secretaría técnica, podemos afirmar que el III Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares tuvo un gran éxito entre sus asistentes.

5. Bibliografía

Egea, M. N. (2005). *La organización de congresos y su protocolo*.

Fuente, C. (2005). Manual práctico para la organización de eventos. *Técnicas de organización de actos II*.

Galmés Cerezo, M. A. (2010). La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing. *Modelo integrado y experiencial*.

Herrero, J. C., & Lafuente, J. L. F. (2004). *La comunicación en el protocolo: el tratamiento de los medios en la organización de actos*.

De Larrañaga, B. (2004). El patrocinio en la organización de congresos y eventos.

Adoz: revista de estudios de ocio, (27), páginas 51-55.

Pérez Gil, E. C. (2007). Realizando un congreso. “*Experiencias y pasos para hacer un congreso de diseño*”.

Sánchez, R. J. (2009). *Cómo organizar eventos con éxito*.

Vacas, J. L. A. (2003). *Organización, medios y técnicas en relaciones públicas*.

6. Webgrafía

Real Academia Española (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.^a ed.).

Consultado en: www.rae.es/rae.html

FUDE. *La organización de eventos y su importancia*. Recuperado de <https://www.educativo.net/articulos/la-organizacion-de-eventos-y-su-importancia-616.html>

La importancia de la buena organización de eventos (2015). Recuperado de <http://1001medios.es/la-importancia-de-la-buena-organizacion-de-eventos/>

Planificar un congreso: la candidatura (II) (2017). Recuperado de <https://protocoloalavista.com/planificar-congreso-la-candidatura-ii/>

Planificar un congreso: la candidatura (I) (2017). Recuperado de <https://protocoloalavista.com/planificar-congreso-la-candidatura/>

¿Qué es un congreso? Lo básico (2017). Recuperado de <https://protocoloalavista.com/que-es-un-congreso/>

Cobián, J. M. O. C. *Internet como medio de comunicación masiva*. Recuperado de <https://www.monografias.com/trabajos99/internet-como-medio-comunicacion-masiva/internet-como-medio-comunicacion-masiva.shtml#elinterneb>

III Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares <http://congresocontraelcancer.es/andalucia/>

AECC Sevilla <https://www.instagram.com/aeccsevilla/>

III Congreso Andaluz de Personas con Cáncer y Familiares <http://congresocontraelcancer.es/andalucia/>

Tipos y funciones de las azafatas de congresos. (2018). Recuperado de <https://publiazafatas.com/tipos-funciones-de-las-azafatas-congresos/>

La inauguración de un congreso. (2017). Recuperado de <https://protocoloalavista.com/la-inauguracion-congreso/>

La composición de los comités de un congreso (II). Recuperado de

<http://www.congresoprotocolovalladolid.com/noticias-3/186-la-composicion-de-los-comites-de-un-congreso-ii-por-gerardoeip#:~:text=EL%20COMIT%20C3%89%20CIENT%20C3%8DFICO,y%20la%20admi%20n%20de%20comunicaciones.>

Ley 2099/83 sobre Precedencias del Estado, Boletín Oficial del Estado. Recuperado de

<https://www.boe.es/buscar/pdf/1983/BOE-A-1983-21534-consolidado.pdf>

Cómo organizar un congreso paso a paso (2020). Recuperado de

<https://www.venuesplace.com/es/idea/333-como-organizar-un-congreso-paso-a-paso>

¿Cómo organizar la cena de clausura de un congreso? (2017) Recuperado de

<https://www.gmsprotocoloyeventos.es/organizar-la-cena-clausura-congreso/>