

870129

62
Egon

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA

Incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ESTRUCTURA BASICA PARA REALIZAR FERIAS Y
EXPOSICIONES EN MEXICO

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

P R E S E N T A

MIGUEL WABI YABUR

GUADALAJARA, JALISCO. AGOSTO 1990



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

I N D I C E

	PAGINA
INTRODUCCION - - - - -	4
1. EVOLUCION DE LAS FERIAS Y EXPOSICIONES - - - - -	7
P R E A M B U L O - - - - -	9
1.1. Antecedentes de Ferias y Exposiciones - - - - -	10
1.1.1. Surgimiento de las Exposiciones - - - - -	14
1.2. Conceptualización de Ferias y Exposiciones - - - -	18
1.2.1. Aceptaciones del término Feria - - - - -	19
1.2.2. Aceptaciones del término Exposición - - - - -	22
1.3. El por qué de las Ferias y Exposiciones - - - - -	25
1.3.1. Diferencia entre Feria y Exposición - - - - -	28
1.4. Ferias y Exposiciones en México - - - - -	30
1.4.1. Las Ferias - - - - -	31
1.4.2. Las Exposiciones - - - - -	38
2. REFERENCIAS DE FERIAS Y EXPOSICIONES - - - - -	44
P R E A M B U L O - - - - -	46
2.1. Contratos - - - - -	48
2.2. Reglamentos - - - - -	57
2.3. Formatos para Ferias y Exposiciones - - - - -	75
3. ESTRUCTURA BASICA PARA REALIZAR EXPOSICIONES EN MEXICO - - - - -	88
P R E A M B U L O - - - - -	90
ORGANIGRAMA BASICO PARA ORGANIZACION DE EXPOSICIONES -	91
3.1. Consejo Directivo - - - - -	92

3.2. Coordinación General - - - - -	95
3.2.1. Características de las Gerencias y Direcciones -	96
3.2.2. Asesoría Legal - - - - -	98
3.3. Gerencia Administrativa - - - - -	99
3.3.1. Comercialización - - - - -	100
3.3.2. Finanzas - - - - -	102
3.3.3. Recursos Humanos - - - - -	103
3.4. Gerencia Operativa - - - - -	104
3.4.1. Almacén - - - - -	105
3.4.2. Instalaciones y Mantenimiento - - - - -	106
3.5. Gerencia de Comunicación - - - - -	107
3.5.1. Relaciones Públicas - - - - -	108
3.5.2. Información y Promoción - - - - -	111
3.5.3. Eventos - - - - -	113
3.6. Relación de egresos y estimación de ingresos en exposiciones - - - - -	115
 4. ESTRUCTURA BASICA PARA REALIZAR FERIAS EN MEXICO - - - -	 118
P R E A M B U L O - - - - -	120
ORGANIGRAMA BASICO DE UN COMITE ORGANIZADOR DE FERIAS -	121
4.1. Consejo Directivo del Comité Organizador - - - -	122
4.2. Coordinador General - - - - -	125
4.3. Dirección de Cultura y Recreación - - - - -	128
4.4. Dirección Administrativa - - - - -	133
4.5. Dirección de Comunicación Social - - - - -	138
 CONCLUSIONES - - - - -	 143
 BIBLIOGRAFIA GENERAL - - - - -	 146

I N T R O D U C C I O N

El tema a tratar en el presente trabajo es referente a la evolución de las Ferias y las Exposiciones, sus diferencias, y la estructura organizacional básica que requieren para ser ejecutadas en México.

Estas actividades, a pesar de ser tan distintas entre ellas, son todavía consideradas por muchos como una sola o como semejantes, no obstante que son eventos muy concurridos y ejecutados en todo el país.

Ya sean grandes o pequeñas, las Ferias son realizadas en casi todas las poblaciones del país desde hace mucho tiempo, pero el estudio que se les a dado no corresponde a su importancia real.

En México, la coordinación de las Ferias está en manos de todo tipo de personas (profesionales o no), probablemente debido a que se vienen realizando desde hace tiempo y anteriormente la designación del coordinador no podía ser en base a una preparación determinada ya que no existía. Parece ser que esta práctica se extendió hasta nuestros días pero, por el desarrollo alcanzado en las sociedades actuales, ya es inconveniente seguir haciéndolo de esta manera.

Por parte de las Exposiciones, éstas surgen más recientemente y a mediados de la década de los 80's es cuando demuestran el porqué se les ha denominado Industria: eficiencia y excelente organización por parte de grupos privados especializados en administrarlas hicieron posible su florecimiento.

Ya sea una Feria o Exposición, lo cierto es que coinciden mucho en las labores que básicamente son requeridos por ambos para llevarlas a cabo, y que son parte integral en la formación profesional de los Licenciados en Ciencias de la Comunicación:

- Producción publicitaria y propagandística para radio, T.V. y medios impresos,
- Difusión de información,
- Comunicación Organizacional,
- Comercialización,
- Técnicas de muestreo,
- Organización de eventos de promoción, ventas, clausura, etc.
- Organización de recursos materiales y humanos,
- Relaciones Públicas, entre otras.

Esta investigación pretende establecer cómo debe estar estructurada una institución que organiza Ferias, y que puede ser implementada en las entidades de la provincia mexicana que lo requieran, para centralizar así los trabajos de todas sus Ferias en un solo organismo especializado. Por otra parte, intenta detallar las características que poseen los grupos realizadores de exposiciones y el por qué de ellas.

Para ello, se abarca la evolución de ambos hasta nuestros días; sus diferencias y conceptos, para tener un panorama más claro de cada uno. Analiza una recopilación de formas profesionales utilizadas en estos eventos y presenta una estructura recomendada para Ferias y otra para Exposiciones. Algunos aspectos son válidos para ambos casos y se observan similitudes en algunas funciones.

El trabajo toma como base funciones que se realizan en exposiciones y propone su adaptación en Ferias en vista de que, a pesar de su historia más corta, han desarrollado un profesionalismo mayor que el observado en las Ferias.

CAPITULO

I

EVOLUCION DE LAS FERIAS Y EXPOSICIONES

S U M A R I O

1. EVOLUCION DE LAS FERIAS Y EXPOSICIONES.
 - 1.1. ANTECEDENTES DE FERIAS Y EXPOSICIONES.
 - 1.1.1. Surgimiento de las Exposiciones.
 - 1.2. CONCEPTUALIZACION DE FERIAS Y EXPOSICIONES.
 - 1.2.1. Acepciones del término Feria.
 - 1.2.2. Acepciones del término Exposición
 - 1.3. EL PORQUE DE LAS FERIAS Y EXPOSICIONES.
 - 1.3.1. Diferencia entre Feria y Exposición.
 - 1.4. FERIAS Y EXPOSICIONES EN MEXICO.
 - 1.4.1. Las Ferias.
 - 1.4.2. Las Exposiciones.

P R E A M B U L O

Como se mostrará a continuación, la historia de las Ferias tienen un origen muy remoto y difuso mientras que la de las Exposiciones es reciente y claro, sin embargo, los vocablos son utilizados frecuentemente para designar cada evento en forma equivocada. Hay algunas Ferias que son en realidad Exposiciones y viceversa.

Las variaciones entre ellas son de concepto, historia, ejecución, objetivos, asistencia, etc. Especificarlas requiere de una amplia dosis de tiempo para su investigación de campo, ya que la documentación al respecto es muy escasa.

Veremos que las Ferias se realizan en todo lo largo y ancho del país, sin importar el tamaño de la población, y que los motivos de la misma son distintos, mientras que las Exposiciones requieren de circunstancias muy distintas para que sean realizadas.

Analizaremos en este capítulo la evolución de cada uno.

1.1. ANTECEDENTES DE FERIAS Y EXPOSICIONES.

En las civilizaciones antiguas, cuando los hombres vivían en ciudades pequeñas y comunidades rurales de difícil acceso, sus habitantes y mercaderes acudían una o dos veces al año a las ciudades principales en los días que celebraban grandes festivales.

Los motivos de festejo solían ser religiosos y reunían a grandes multitudes, situación que beneficiaba a los mercaderes locales y foráneos que acudían "seguros de encontrar una clientela atenta y eficaz. Mezclados con ilusionistas, saltimbanquis, embaucadores y titiriteros, desplegaban sus productos en coloridas tiendas, al tiempo que vendían o cambiaban sus mercaderías con las exhibidas por otros comerciantes". (1)

"Este doble aspecto religioso y mercantil fué durante mucho tiempo característico de las ferias y todavía hay algunas que lo conservan..."(2), especialmente en los países latinos.

Las ferias nacen en Egipto, Caldea, Grecia y Roma, combinando la diversión, el culto religioso y el trueque, sobresaliendo unas más que otras: En Grecia se realizaban al mismo tiempo que sus juegos religiosos; en Roma crearon la Feria Latina en honor al dios Júpiter, que era seguida por ferias menores dedicadas a Apolo, Diana y Mercurio; en La Meca llegaban interminables caravanas de camellos cargados con las riquezas fenicias.

(1) Enciclopedia Ilustrada Cumbre. Ed. Cumbre, S.A. XXIV. Tomo 6. Pág. 146. 1983.

(2) Enciclopedia Barsa de Consulta Fácil. Tomo VII. Pág. 17. 1971.

Durante la Edad Media concurrían a las ciudades los nobles, campesinos, siervos y artesanos a las fiestas que se prolongaban hasta por una o dos semanas más, con la afluencia de mercaderes y juglares provenientes de lugares remotos.

Por regla general eran inaugurados con motivo de una festividad religiosa, pero algunas ferias tenían además un carácter político o jurídico porque coincidían con asambleas o elecciones autorizadas por los señores y los reyes quienes permitían la formación de tribunales especiales, encargados de resolver las cuestiones que se planteaban entre los mercaderes y, a veces, hasta condenar a muerte a los delincuentes.

"Las ferias se convirtieron en una organización comercial típica de la vida medieval y surgieron como mercados especializados con artículos de primera necesidad, expandiéndose entonces con el flujo mercantil llegado del Oriente y el Báltico.

"Las ferias de la región francesa de La Champagne llegaron a contarse entre las mejores de Europa. Los viajeros que acudían a ellas recibían protección especial y eran eximidos de las pesadas contribuciones que se exigían en otros lugares. En los Países Bajos, las ciudades de Brujas y Amberes también reunían a grandes núcleos de traficantes, que luego se dirigían a Leipzig y Nuremberg, en territorio alemán. En España se hicieron famosas las ferias de Toledo, Segovia, Valladolid, Barcelona y en Italia las ferias anuales de Génova, Venecia, París y Ferrara." (3)

Marco Polo vió en la capital del Imperio Chino, Kinsai, a medio

(3) Enc. Ilustrada Cumbre, Ed. Cumbre, S.A XXIV ed. Tomo 6. Pág.150. 1983.

millón de personas agolpadas en las gigantescas plazas de la ciudad, observando mercaderías de fantástico valor y adquiriendo productos insospechados para los europeos.

"En Rusia también hubieron varias ferias famosas a finales de la Edad Media. La más importante se realizaba todos los años en Nijni Novgorod, punto de enlace del comercio asiático y el de Europa Oriental con la presencia de caravanas llegadas de la India, China y el Tibet. Esta feria subsistió hasta 1930, en que fué abolida por el gobierno Soviético." (4)

Antes del descubrimiento de América, los aztecas celebraban ferias en sus ciudades. Las más importantes se realizaban en Tenochtitlán y despertaron la admiración de los soldados de Hernán Cortés por su orden, colorido, variedad y limpieza. Tenían un tribunal especial que castigaba a los infractores y dividían a sus ferias o mercados (tianguistliz) en secciones perfectamente organizadas. Se utilizaban como moneda los granos de cacao, oro en polvo, cobre y se realizaban muchas operaciones de trueque.

"Durante varios siglos, cuando el transporte se efectuaba en forma rudimentaria, las ferias llenaron una función comercial muy importante. Brindaban a comerciantes, productores y consumidores oportunidad de estrechar relaciones de mutuo beneficio y les ofrecían la ventaja de mayores mercados. También estimulaban diversiones de todo orden y fomentaban relaciones sociales." (5)

(4) Enciclopedia Ilustrada Cumbre. Ed. Cumbre, S.A. XXIV ed. Tomo 6. Pág. 146. 1983.

(5) Enciclopedia Barsa de Consulta Fácil. Tomo VII. Pág 18. 1971.

"Las grandes ferias conservaron su importancia hasta principios del siglo XVIII, época en que se iniciaba su rápida decadencia, de la que fueron causa principal los siguientes factores:

- El perfeccionamiento de los medios de comunicación que permitió realizar transacciones en forma más fácil, regular y frecuente.
- Al aumento y mayor densidad de la población.
- La creación de nuevas fronteras y el establecimiento de aduanas.
- La acumulación de productos industriales en las ciudades importantes.
- La fundación de centros comerciales mas vastos.

A dicho periodo de decadencia sigue el del resurgimiento de la feria y su adaptación a las demandas de la economía contemporánea." (6)

(6) Enciclopedia Barsa de Consulta Fácil. Tomo VII. Pág 18.1971.

1.1.1. SURGIMIENTO DE LAS EXPOSICIONES

La Revolución Industrial trajo consigo la necesidad de buscar nuevos mercados y desarrollar el comercio internacional. Los industriales se abrieron camino y colocaron sus productos en otras naciones representando un costo mucho mayor que el de ahora y, es entonces (mediados del siglo XIX), cuando surge la idea de mostrar a gran escala los entonces novedosos y funcionales artículos.

El príncipe Alberto de Inglaterra, consorte de la reina Victoria, impulsó esta idea a pesar de la oposición del Parlamento y, en el año de 1851, se inaugura en Londres la Exhibición del Palacio de Cristal (*), con una exposición de trabajos industriales donde se invitó a todas las naciones, obteniendo un éxito rotundo. Este evento se convirtió en el precursor de las innumerables exposiciones realizadas hasta hoy.

Se reproduce a continuación un claro resumen del nacimiento de las exposiciones más sobresalientes en el mundo hasta 1965, tomado de la Enciclopedia Ilustrada Cumbre (Ed. Cumbre, XXIV ed. 1983):

"La exhibición londinense dió notable impulso a la industria británica y fué imitada de inmediato en Nueva York, pero la tentativa fracasó. Mayor fortuna tuvieron después las ciudades de Filadelfia (1876) y Chicago (1893) cuyas exposiciones mostraron ante los ojos asombrados del mundo los prodigios del teléfono, el gramáfono, el automóvil y la telegrafía inalámbrica, cimentando el progreso científico industrial de los Estados Unidos. Londres y París han sido las ciudades en las que se han celebrado mayor número de exposiciones. La primera exposición universal

(*) El Palacio de Cristal, edificio de vidrio y acero semejante a un invernadero gigantesco, fué destruido por un incendio en 1936.

en París se efectuó en 1855, a la que siguieron cuatro más en el siglo XIX, siendo la famosa Torre Eiffel la atracción más notable de la de 1889.

"En América del Sur no tardó en repercutir el éxito de las exposiciones europeas y norteamericanas. En marzo de 1882 se inauguró en Buenos Aires la Exposición Continental. En 1910, con motivo del centenario de la independencia, se realizó en Buenos Aires otra exposición de gran importancia, que mostró los progresos alcanzados por la agricultura, ganadería y la industria de los países sudamericanos. Con anterioridad, en la ciudad norteamericana de Buffalo había tenido lugar la primera Exposición Panamericana, dirigida a mostrar los progresos realizados en el Nuevo Mundo durante el siglo XIX. Inaugurada a comienzos de 1901, la exposición logró estrechar los lazos económicos existentes en las diversas repúblicas. En 1915 se realizó en San Francisco la exposición llamada Panamá-Pacífico con la que se festejó la inauguración del canal de Panamá.

"Las exposiciones, iniciadas bajo tan excelentes auspicios, se hicieron cada vez más amplias y espectaculares. Entre las más famosas figuran:

"La Exposición Universal Colombina (Chicago 1893) contó con la participación de 46 países, reunidos para festejar el cuarto aniversario del descubrimiento de América. Entre lagos artificiales y enormes edificios, allí hicieron su aparición la luz eléctrica, el gramófono de Edison, la linotipia, los coches Pullman y otras invenciones.

"La Exhibición del Imperio Británico (Londres 1924-1925) atrajo la atención del mundo y mostró los grandes progresos realizados por Canadá, Australia y otras regiones de la comunidad británica.

"La Exposición Internacional de Barcelona y la Exposición Iberoamericana de Sevilla, de 1929, mostraron el progreso de la España y el rápido crecimiento de las repúblicas americanas. Tuvieron un marcado carácter artístico y cultural.

"La Exposición Un Siglo de Progreso (Chicago 1933-1934) conoció un éxito sin precedentes. Todas las luces de la exposición fueron encendidas por un rayo de luz partido en 1893 de la estrella Arturo, que recogido por cuatro grandes observatorios y transmitidos a Chicago, actuó sobre los dispositivos conmutadores.

"En Nueva York se celebraron dos grandes Ferias Mundiales. La primera (1939-1940) tuvo por lema "El mundo del futuro". En ella participaron 62 países, se exhibieron los adelantos de la ciencia y la técnica, y acudieron 45 millones de visitantes. En la segunda (1964-1965), bajo el lema "A la paz por la comprensión", participaron 80 países que en espíritu de cooperación internacional, exhibieron obras de arte representativas de sus culturas y muestras de su progreso industrial que fueron admiradas por más de 51 millones de visitantes.

"La Expositiva Internacional de la Puerta de Oro (San Francisco, 1939) fue erigida en una isla artificial, la Isla del Tesoro, frente a la bahía de San Francisco. Dedicada a reseñar la obra de los pueblos del Pacífico, sus edificios estaban contruidos combinando los estilos maya, incaico, malayo y camboyano. La Feria del Segundo Milenario (Paris 1951) destacó la contribución aportada a la cultura occidental por la Ciudad Luz, que a la sazón cumplía dos mil años de existencia. Entre otras grandes ciudades europeas, además de las ya mencionadas, en que se han celebrado exposiciones, figuran Bruselas, Viena, Milán, Lyón, Lieja y Estocolmo."

Cabe aquí mencionar que el resumen anterior designa como Exposiciones Universales a la de 1855 en París y cuatro más que le precedieron, y la realizada en Chicago en 1893, todas ellas en el siglo XIX, pero la edición solo abarca las Exposiciones del presente siglo hasta 1965, mencionando la de Bruselas sin fecha (1958) y sin el carácter de EXPOSICION UNIVERSAL que fue, al igual que Montreal '67 y Osaka '70. La próxima está programada para 1992 en la ciudad de Sevilla, España.

Actualmente, las exposiciones se encuentran en pleno auge y tienden realizarse en un giro específico de producto, servicio o industria, y superan por mucho al número de las mundiales.

Según datos de TRADESHOW WEEK, órgano informativo de los gerentes de exposiciones en E.U.A., las inversiones en esta materia son multimillonarias:

"En Los Angeles se aprobó el año pasado una inversión de 390 millones de dólares para la expansión del Centro de Convenciones y Exhibiciones de la ciudad, lo que significará 55,000m² de área de expositiva adicional, 40 salones de reunión, un Centro de Conferencias de dos pisos y un aumento en la capacidad de estacionamiento de 3 mil a 6 mil automóviles. Entrará en funciones en 1992.

"La ciudad de Filadelfia adquirió en 185 millones de dólares un terreno para establecer el Centro de Convenciones de Pennsylvania, que tendrá 45,000 m2 de área de exposición y 12,000 de áreas de reunión. La construcción costará 285 millones de dólares y entrará en operaciones a principios de 1992.

"En Denver se está ampliando el Centro de Exposiciones Currigan con 30,000 m2 más para exposición y 10,000 m2 para conferencias.

El Estado otorgó un fondo de 36 millones de dólares para adquirir los terrenos.

"El 15 de febrero del '88 arrancó la construcción del nuevo Centro de Convenciones de Tampa, Florida, que contará con 20,000 m2 de exposición al término de la obra en 1991.

"El Centro de Convenciones de Atlantic City, anunció la construcción de un nuevo complejo que tendrá 50,000 m2 que entrará en operación en 1992." (7)

Actualmente, todas las principales ciudades del mundo cuentan con un Centro de Exposiciones en constante actividad.

(7) Tomado de la revista NOTIEXPO, Agosto, 1988.

1.2. CONCEPTUALIZACION DE FERIAS Y EXPOSICIONES.

"De forma figurada, podemos decir que definir es marcar, delimitar y particularizar en un punto, perfectamente específico, el significado de algo (...)

"(...) El concepto, de modo figurado, es un círculo que contiene algo y que deja fuera otro tanto, lo más. En la medida en que el concepto se vaya aproximando al significado exacto, a la idea central, a la esencia de lo definido, el círculo se irá cerrando y tenderá más a llegar a ser un punto, que ya he comparado con la definición." (8)

Entendiendo que en una definición debe estar la esencia de lo que una palabra representa, intentaremos definir las palabras Feria y Exposición tomando como referencia algunas definiciones de diccionarios y las experiencias obtenidas laborando en 5 ferias del Estado de Tabasco, 2 exposiciones en Guadalajara, una en la Ciudad de México y observando directamente algunas ferias como la de Zacatecas, Zac., las Fiestas de Octubre en Guadalajara, Jal. y la Feria Mundial Latinoamericana en Miami, Florida (esta última con una denominación demasiado fastuosa para lo que realmente es).

(8) "Introducción a la Teoría de la Comunicación", Tesis de la Esc. de Ciencias de la Comunicación de la UAG. Autor LCC. Carlos Guerrero Diéguez. 1986. Págs 12 y 13.

1.2.1. ACEPCIONES DEL TERMINO FERIA.

DICCIONARIO PEQUEÑO LAROUSSE ILUSTRADO, 1989. EDICIONES LAROUSSE, PAG.463.:

"FERIA f. (lat. feria). Mercado bastante importante: llevar ganado a la feria. (SINON. V. Mercado). Exposición comercial anual: la feria de Liepzig. .Cualquier día de la semana, excepto sábado y domingo, . Descanso del trabajo. Méx. Vulg. Trueque, cambio. .Méx. Vulg. Vuelta de la moneda o billete. .Amer. Adahola, ñapa. . .Dar ferias, regalar con motivo de la feria."

DICCIONARIO FUNDAMENTAL DEL ESPAÑOL DE MEXICO, FONDO DE CULTURA ECONOMICA 1982, PAGES. 159-160:

"Feria s f 1 instalación de juegos, puestos de comida, espectáculos de circo y magia, etc. que, por lo general, se pone en las poblaciones por un corto periodo, durante fiestas civiles o religiosas: feria de San Marcos, feria de la Candelaria.2 Exhibición temporal de productos comerciales e industriales, con objeto de promover su mercado: feria de maquinaria, feria del libro.3 moneda suelta; dinero: "?me cambia un billete de cincuenta pesos por feria?". "

DICCIONARIO ANAYA DE LA LENGUA, FUNDACION CULTURAL TELEVISIA, PAG. 327:

"Feria (lat. feria) s.f. 1. Mercado extraordinario. 2. Fiestas que se celebran con este motivo. 3. Lugar en que se celebran. 4. Día de la semana, excepto sábado y domingo. 5.Descanso. 6. Méx. Dinero suelto, cambio."

"FERIA f. Cualquiera de los días de la semana, excepto el sábado y el domingo. .Descanso y suspensión del trabajo. .Mercado que se celebra al aire libre en fechas señaladas. .Paraje público en que están expuestos los animales, géneros o cosas para aquel mercado. .fig. Trato, convenio. .Conjunto de instalaciones de diversión. .Méx. Dinero menudo, cambio. .C. Rica y Salv. Propina."

De acuerdo a la consulta de las obras anteriormente citadas y en base a la experiencia referida, me permito proponer un criterio personal sobre el vocable Feria:

FERIA: EVENTO SOCIAL PERIODICO PLANEADO, ORGANIZADO Y EJECUTADO POR TODOS LOS SECTORES SOCIALES BAJO LA DIRECCION Y CONTROL DEL SECTOR OFICIAL, CON EL OBJETO DE DAR A CONOCER SUS TRADICIONES Y AVANCES ECONOMICOS Y CULTURALES, DENTRO DE UN MARCO FESTIVO.

Analícemos el concepto por partes:

1.-EVENTO SOCIAL PERIODICO: La sociedad participa en forma activa para realizar un evento de la sociedad misma, generalmente una vez al año.

2.-PLANEADO, ORGANIZADO Y EJECUTADO POR TODOS LOS SECTORES SOCIALES: Tres partes del proceso administrativo de la Feria son realizadas por todos los sectores de la sociedad a través de sus organizaciones, cámaras o asociaciones.

3.-BAJO LA DIRECCION Y CONTROL DEL SECTOR OFICIAL: Las otras dos partes del proceso administrativo corresponden al Sector Oficial local a través de su Ayuntamiento, Dirección de Comunicación Social o Comité Organizador creado especialmente para el evento.

4.-CON EL OBJETO DE DAR A CONOCER SUS TRADICIONES: En las Ferias se manifiestan todas las tradiciones y costumbres locales y/o nacionales, lo que ayuda a preservarlas.

5.-Y AVANCES ECONOMICOS Y CULTURALES: Las instituciones muestran lo que fueron, lo que son y lo que proyectan ser en materia de comercio, industria, ciencia, deporte, arte y cultura, principalmente.

6.-DENTRO DE UN MARCO FESTIVO: Todo lo expuesto durante la Feria y en su perimetro, se llevó a cabo a manera de festejo, ya que existe un motivo de celebración: Aniversario de la ciudad o de una gesta heroica, el Santo Patrono, la época de cosecha o un año de trabajo comunitario.

1.2.2. ACEPCIONES DEL TERMINO EXPOSICION.

DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA OCEANO, DISTRIBUIDORA DE EDICIONES PEDAGOGICAS. S.A.:

"EXPOSICION f. Acción y efecto de exponer. .Reponer.

.Representación que se hace por escrito, pidiendo o reclamando una cosa. .Manifestación pública de artículos de industria o de artes y ciencias, para estimular la producción el comercio o la cultura. .Conjunto de las noticias dadas en las obras épicas, dramáticas y novelescas, acerca de los antecedentes o causas de la acción. .Situación de un objeto con relación a los puntos cardinales del horizonte. .Fotogr. Tiempo durante el cual se expone a la luz una placa fotográfica o un papel sensible para que se impresione."

DICCIONARIO FUNDAMENTAL DEL ESPAÑOL DE MEXICO. FONDO DE CULTURA ECONOMICA, 1982, PAG.154:

"Exposición s f 1 Acto de exponer algo: una exposición de pintura, tiempo de exposición de una película 2 Muestra o presentación pública de algo: exposición de maquinaria, exposición de libros 3 Tiempo que un papel o placa fotográfica sensible se mantiene a la luz para imprimirlo."

DICCIONARIO ANAYA DE LA LENGUA. EDITADO BAJO LOS AUSPICIOS DE LA FUNDACION CULTURAL TELEVISIA, A.C. PAGS. 319-320:

"Exposición (lat. expositio, -onis. V. expósito) s.f. 1. Hecho y resultado de exponer. 2. Muestra pública de arte, ciencia o comercio. 3. Situación de un objeto en relación a los puntos cardinales. 4. Petición razonada. 5. Tiempo que se expone una

placa fotográfica a la luz. 6. primera parte de una obra dramática en que se explica la situación y se presentan los personajes.

"SIN. 2. Feria de muestras, exhibición."

PEQUEÑO LAROUSSE ILUSTRADO. EDICIONES LAROUSSE, 1989. PAGINA 452.:

"Exposición. f. Acción y efecto de exponer: exposición de pinturas. (SION. V. Demostración). Orientación: esta casa tiene mala exposición. .Narración: la exposición de un hecho. (SION. V. Relato.) .Parte de la obra literaria, particularmente del discurso, en que se da a conocer el asunto. (SION. V. Enunciación) .Tiempo durante el cual recibe la luz una placa fotográfica: exposición demasiado larga. .Más. Parte inicial donde se presenta el tema. .Manifestación pública de artículos de industria, ciencias o artes: la Exposición Internacional de Barcelona. .Asunción de un riesgo o sometimiento a él."

De acuerdo a la consulta de las obras anteriormente citadas y tomando de igual manera como base la experiencia referida, me permito proponer un criterio personal sobre el vocablo Exposición.

EXPOSICION: MEDIO DE PROMOCION PARA UN SECTOR ECONOMICO O CULTURAL, DONDE LOS PARTICIPANTES SON UBICADOS PERIODICAMENTE EN UN ESPACIO ADECUADO, BAJO CONTRATO Y REGLAMENTO, CON MUESTRAS DE LO QUE COMERCIAN O PRODUCEN CON EL PROPOSITO DE EXPANDIR SUS MERCADOS.

Se explica el concepto por partes:

1.-MEDIO DE PROMOCION: A través de las Exposiciones los participantes pueden promover sus productos o servicios a un público específico.

2.-PARA UN SECTOR ECONOMICO O CULTURAL: Los participantes son generalmente de un sector determinado, lo que las hace muy atractivas para los asistentes.

3.-DONDE LOS PARTICIPANTES SON UBICADOS PERIODICAMENTE: Quien realiza la ubicación de los participantes (expositores) es la Dirección o Gerencia de Exposiciones, cada vez que organiza una.

4.-EN UN ESPACIO ADECUADO: Los Centros de Exposiciones y Convenciones -o salones amplios- son acondicionados con espacios divididos por paneles y servicios diversos para que los expositores monten sus muestras.

5.-BAJO CONTRATO Y REGLAMENTO: El contrato celebrado entre expositor y organizador y el reglamento, señalan todas las especificaciones bajo las cuáles se realizará la Exposición. Son pieza esencial para el buen desarrollo del evento, por lo que su elaboración es meticulosa y clara.

6.-CON MUESTRAS DE LO QUE COMERCIAN O PRODUCEN CON EL PROPOSITO DE MANTENER O EXPANDIR SUS MERCADOS: Los expositores necesitan mantener sus mercados y la promoción es una herramienta. Cuando deciden expandirlos, las Exposiciones son un recurso eficaz y económico para lograrlo, presentando en ellas muestras de sus productos o servicios.

1-3. EL POR QUE DE LAS FERIAS Y EXPOSICIONES.

En México, la palabra-feria suele ser usada como sinónimo de mercado o tianguis, y a muchas ferias se les impone el título de "exposición", pero las diferencias entre uno y otro -tanto en su definición como en su ejecución práctica- son muy marcadas. Antes de finalizar este capítulo veremos las características y definiciones de cada uno.

Los tianguis se iniciaron en tiempos prehispánicos y cumplían el papel que realizan los mercados tradicionales de hoy, que no son más que una variedad evolucionada de aquellos pero con carácter permanente.

Los mercados son instalados en un edificio, no cambian constantemente su ubicación y están administrados y reglamentados por sus respectivos ayuntamientos. Los supermercados son una variante moderna con mejores instalaciones y manejo de sistemas de comercialización y administración propios, donde la clientela se sirva a si misma los diversos productos que se muestran.

A su vez, los tianguis se instalan en calles, parques o terreno abierto, cambian constantemente su ubicación y su administración y reglamentación no es tan rigurosa por parte de los ayuntamientos. La tradición las mantiene vigentes y en esencia no han cambiado, sólo que para las sociedades de hoy, con sus múltiples opciones y necesidades, ya no representan lo que originalmente fueron y una designación más ilustrativa de ellos podría ser la de "mercados ambulantes". Otro factor que los hace muy diferentes es el hecho de que los tianguistaz no pueden

vender productos perecederos en las condiciones de higiene y cantidad demandadas por las sociedades de hoy.

Las Ferias se celebran, por lo regular, una vez al año y los expendedores generalmente proceden de otros Estados. Son gente que únicamente laboran en este tipo de eventos y se mantienen viajando de feria en feria, lo que los hace parecer modernos gitanos. Estas personas son expertos prácticos en ventas y poseen una desarrolladísima habilidad de persuasión, muy eficiente entre personas de bajo nivel cultural, combinada con alguna característica curiosa siempre presente a la hora de vender (una voz chillona, con uso del lenguaje rápido y rico en comentarios chuscos parece ser la constante).

Algunos comerciantes locales acostumbran instalar una extensión de su negocio dentro del perímetro de la feria, o prefieren incursionar en un área distinta del comercio. Incluso hay personas que se convierten en negociantes temporales abriendo un local durante la feria.

Pero las ferias no son únicamente comercio; dentro de su marco siempre festivo se realizan gran cantidad de eventos que prácticamente abarcan todos los géneros: arte, cultura, deporte, ciencia, espectáculos, ganadería, agronomía, etc., todos ellos llenos de sabor local y tradición, en donde se busca siempre presentar y premiar a lo mejor que la ciudad o el estado posee ante los ojos de propios y extraños.

Gracias a las ferias se preservan y difunden las tradiciones y

costumbres de un pueblo, además, constituyen un factor importante para el fomento de la industria y el comercio, pero no son la herramienta que provoque los mejores resultados para incrementar estos importantes campos en una región.

Las estrategias de expansión de las empresas locales o foráneas se ven en la obligación de adecuarse a los requerimientos que exigen los cada vez mejores y más competitivos mercados, y las exposiciones regionales que se realizan durante las ferias se han visto en la necesidad de especializarse para cumplir con este objetivo en particular y tienden a perfeccionarse a medida que se realizan año con año.

En las exposiciones existen dos objetivos primordiales que motivan la organización de un evento de esta naturaleza:

- (I) Para expositores, la conquista de nuevos mercados.
- (II) Para organizadores, desarrollar alguna rama comercial, industrial o de servicios en una región.

Un factor importante para el éxito de las exposiciones es que en su mayoría se refieren a un giro específico de industria o actividad socioeconómica y que convocan a proveedores y/o detallistas para que, bajo un mismo techo y en breve lapso, concuerden los dos elementos fundamentales de la dinámica económica: comprador y vendedor.

"La exposición de productos por especialidades -está rotundamente demostrado- es el sistema más efectivo y eficiente que relaciona al fabricante y al distribuidor en el proceso de comercialización de sus productos" (folleto promocional de Expo Guadalajara).

1.3.1. DIFERENCIA ENTRE FERIA Y EXPOSICION.

En México se utiliza el nombre de Exposición para designar eventos que en realidad son Ferias. Las diferencias son muchas y expongo diez que considero como las básicas:

- I) Las exposiciones se iniciaron en 1851 a raíz del éxito de la Exhibición del Palacio de Cristal, en Londres.
Las ferias se originan en las civilizaciones antiguas.
- II) Las exposiciones se organizan en ciudades grandes.
Las ferias se celebran en cualquier población del país.
- III) Las exposiciones se efectúan con motivo de una necesidad de fomento de la planta industrial o comercial de una región.
Las ferias se realizan con motivo de un festejo cívico, religioso o de producción, generalmente tradicional.
- IV) Las exposiciones tienen que ver con un sector específico.
Las ferias involucran a todos los sectores.
- V) La organización de exposiciones es generalmente por asociaciones y cámaras comerciales o industriales.
La organización de ferias recae generalmente en el gobierno del Estado y Ayuntamientos.
- VI) Las exposiciones se realizan dentro de un ambiente comercial-promocional.
Las ferias se llevan a cabo dentro de un ambiente festivo.
- VII) La duración de las exposiciones es no mayor de una semana.
La duración de las ferias es entre una a cuatro semanas.
- VIII) Las exposiciones se desarrollan en instalaciones propias cerradas con adaptaciones especiales.
Las ferias se celebran en instalaciones ex-profeso y adaptadas al aire libre (con algunas actividades en espacios cerrados).
- IX) El uso del stand de exposición es para exhibir y presentar demostraciones para abrir mercados.
El uso del local de feria es para vender de inmediato las mercancías mostradas.
- X) El público que asiste a Exposiciones pertenece a un sector determinado de la sociedad, relacionado con lo que se exhibe.
Los públicos que asisten a las Ferias pertenecen a todos los sectores de la sociedad.

En una ciudad se pueden ejecutar al mismo tiempo una feria y una exposición de nivel regional con altas probabilidades de éxito para ambos, siempre que los ejecutivos de uno y otro evento trabajen dentro de diferentes organismos especializados.

En ferias, la mejor opción para organizarlas es el sector oficial debido a que los empresarios tienden a comercializarla, lo que provoca que algunos eventos culturales, deportivos y hasta tradicionales se vean desplazados por otros en donde los organizadores pueden otorgar concesiones.

En exposiciones, el organizador más idóneo son las asociaciones y cámaras comerciales o industriales de la localidad o región, debido a que estos organismos buscan fomentar el desarrollo de sus agremiados y trabajan con un espíritu camaral y de asociación civil que les permite agilizar y ayudar a los expositores (en su mayoría afiliados).

1.4. FERIAS Y EXPOSICIONES EN MEXICO.

Las ferias y exposiciones se organizan mostrando desde algo muy específico (feria tradicional del Alfeñique, en Toluca), hasta toda la gama de aspectos regionales (XLI Exposición Tabasco 89); no existe un solo día del año en que no se esté celebrando alguna feria o exposición en el país.

La bibliografía al respecto es escasa y cuando se investiga cómo se organizaban y administraban las ferias de antaño en escritos de épocas pasadas (valiosos en verdad), encontramos una descripción en estilo semipoético del colorido de los visitantes expositores, vendedores, artistas, y de la variedad gastronómica y artesanal. Parece ser que la sensibilidad de los autores se vió cautivada por el encanto de esos festejos locales y decidieron relatar por escrito las vivencias, sin poder sustraerse del noble deseo de transmitir a los lectores la atmósfera particular que aún se siente, vive y respira en las ferias de la provincia mexicana.

Los documentos modernos sobre ferias son en su amplia mayoría folletos, manuales y programas de alguna ya ejecutada mientras que, en exposiciones, podemos encontrar manuales y revistas norteamericanas o europeas especializadas al respecto que son de gran utilidad para nuestros organizadores profesionales de exposiciones. Probablemente existan en el país libros actualizados sobre este tema, pero son poco comunes.

1.4.1. LAS FERIAS

En todo nuestro país se celebran ferias con proyección desde local hasta internacional.

Las de proyección nacional rara vez coinciden con alguna fiesta religiosa y sus fechas no siempre son fijas, mientras que las pueblerinas generalmente se celebran el día que conmemoran el santo patrono de la localidad.

Por el giro de las ferias podemos enmarcarlas dentro de 3 factores:

SOCIAL, ECONOMICO Y CULTURAL.

Las SOCIALES son por razones religiosas, costumbres y tradiciones.

Las de orden ECONOMICO se realizan por razones comerciales, industriales, agrícolas o ganaderas.

Las CULTURALES pueden ser artesanales y artísticas (poesía, teatro, escultura, pintura, danza, música, etc.).

A su vez, una feria puede combinar los factores y convertirse en Sociocultural, Socioeconómica, Económicocultural, o de tres giros, pero siempre un factor se distingue de los demás y da el giro principal del evento.

Importantes organismos comerciales las clasifican de diversas maneras: Feria General u Horizontal; Feria Especializada o Vertical; Grandes Ferias Generales; Grandes Ferias Especializadas; Ferias Secundarias Especializadas; Ferias de Productos de Consumo (9). Estas denominaciones se dan cuando son estudiadas desde un punto de vista exclusivamente comercial.

(9) Principales Ferias y Eventos Comerciales en Iberoamérica 1987-1988, Documento de la Asoc. Iberoamericana de Cámaras de Comercio (AICO). Págs 4,5,6 y 7. Bogotá, Colombia. Junio de 1987.

Dentro de la estructura de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFIN), existe el Departamento de Ferias y Exposiciones creado a fines de 1965, a cargo de la Dirección General de Fomento al Comercio Interior (Azafrán 18, segundo piso, colonia Granjas México, C.P. 08400 México D.F.). Allí se programa la participación oficial de México en eventos internacionales de este tipo y todos los años editan el Calendario de Ferias y Exposiciones. En su edición 1989, señalan los objetivos, instalaciones, formas de acceso, expositores y comités organizadores de 201 ferias y exposiciones en el país.

La Enciclopedia de México en su tercera edición de 1978 registraba las siguientes 180 ferias clasificadas según el giro y la fecha de inicio.

CLASIFICACION

A: Comercial

B: Agrícola

C: Ganadera

D: Industrial

E: Artesanal

ENERO

LOCALIDAD	ESTADO	DIAS	CLASIFICACION
Jojutla	Mor.	1	A
Villa Corso	Chis.	1-3	BC
Cruz Grande	Gro.	1-8	A
Matehuala	S.L.P.	1-25	A
Tizimín	Yuc.	3-11	BCD
Cuernavaca	Mor.	3-12	DE
Tepeapulco	Hgo.	4	A
Guadalajara	Jal.	6	ABC
Villaflores	Chis.	13-16	ABCD
León	Gto.	14-25	ABCDE
Rincón de Romos	Ags.	15-22	ABC

Mochistlán de Mejía	Zac.	20	A
Sain el Alto	Zac.	20-30	A
Zacatelco	Tlax	21-27	ABCE
Villa del Pueblito	Gro.	29	ABCDE
Tecomán	Col.	29	ABCD

FEBRERO

Tapachula	Chis.	24-2 Feb.	ABCDE
Tecomán	Col.	25-3 Feb.	ABCD
La Concordia	Chis.	28-2 Feb.	BC
Ocosingo	Chis.	1-3	BC
Tzintzuntzan	Mich.	1-7	E
Manzanillo	Col.	1-10	ABCD
Salvatierra	Gto.	2	AB
Cotija	Mich.	2	A
Cintalapa	Chis.	2-4	ABCD
Arteaga	Mich.	2-8	A
Sombrerete	Zac.	2-10	A
Río Grande	Zac.	5-11	A
Zitácuaro	Mich.	5-11	A
Atotonilco	Hgo.	13	A
Iguala	Gro.	19-26	ABCDE

MARZO

Irapuato	Gto.	1-20	ABCDE
Guanajuato	Gto.	4	Feria del libro
La Grandeza	Chis.	6-8	A
Tamasopo	S.L.P.	10-19	A
La Concordia	Chis.	12-14	ABCD
Cd. de México	D.F.	Durante 32 días y termina el lunes anterior a la semana santa	ABCDE Feria del hogar
Pátzcuaro	Mich.	14	E
Uruápan	Mich.	14	AE
Ozuluama	Ver.	14-22	ABCDE
Irapuato	Gto.	15-21	ABCDE
Villa Hidalgo	S.L.P.	17-20	A
Jiquilpan	Mich.	18	A
Espinal	Ver.	19-23	ABC
Jungapeo	Mich.	21-27	AE
Salamanca	Gto.	22-29	ABCDE
Xicotepéc de Juárez	Pue.	22-29	ABCDE
Escuintla	Chis.	27	A

ABRIL

Tanhuato	Mich.	24-1 de Abr.	BC
Irapuato	Gto.	1-13	Feria de la fresa
Tepic	Nay.	1-30	ABCD
Jacona	Mich.	8-12	AE
Paraiso	Tab.	20-25	BC

Aguascalientes	Ags.	20-27	ABCD Feria de San Marcos
San Marcos	Gro.	20-29	A
Ucampo	Coah.	25-30	A
Villahermosa	Tab.	25-1 May.	BC
Veracruz	Ver.	27	ABC

MAYO

Pánuco	Ver.	25-5 May.	ABCD
Tarimbaro	Mich.	1	ABCD
Teapa	Tab.	1-3	BCD
Morelia	Mich.	1-6	ABCDE
Tuxpan	Nay.	1-7	ABCDE
Tepic	Nay.	1-7	ABCDE
Cruz Grande	Gro.	1-10	A
Mexicali	B.C.	1-15	D
Cuernavaca	Mor.	2-12	Feria de la flor
Benito Juárez	Mich.	4-10	ABC
Córdoba	Ver.	13-21	ABCD
Cd. Valles	S.L.P.	13-22	ABCDE
Villahermosa	Tab.	14-21	BCD
Matamoros	Tamps.	15-30	ABCD
Comalcalco	Tab.	18-26	ACD
Santiago Ixcuintla	Nay.	18-30	ABCD
Aguascalientes	Ags.	20-25	ABCD
Batallón de Arteaga	Ags.	20--28	ABCDE

JUNIO

Santiago Ixcuintla	Nay.	21-4 Jun.	CD
Tuxpan	Ver.	25-2 Jun.	BC
Matamoros	Tamps.	28-2 Jun.	ABC
Tlacotepec Juárez	Pue.	1-4	A
Cárdenas	Tab.	4-13	ABC
Cananea	Son.	4-16	AD
Parral	Chi.	6-8	ACDE
Calpulapan	Tlax.	9-16	ABD
San Bernardino	Tlax.	23-30	ABD
Purépero	Mich.	24	AE
Martínez de Torre	Ver.	24-26	ABC
Tisatlán	Nay.	29-31	AE
Veracruz	Ver.		ABCD
Reynosa	Tamps.	30	ABCDE

JULIO

Cd. Acuña	Coah.	26-6 Julio	ABCDE
Durango	Dgo.	8-17	ACDE
Gutiérrez Samora	Ver.	13-21	ABCD
Mérida	Yuc.	15-20	AE
Cd. del Carmen	Camp.	15-31	ABC
Moctezuma	S.L.P.	17-29	A
San Juan del Río	Gro.	18-25	AB

Silao	Gto.	16-26	BC
Tampico	Tamps.	21-30	ABC
Vicente Guerrero	Tab.	23-26	ABCD
Altamira	Tamps.	25-31	ABC
Cuatztintla	Ver.	25-31	ABC
Chihuahuatepan	Tlax.	26-30	ABCDE

AGOSTO

Fresnillo	Zac	24-4 Ago.	ABCD
Chihuahuatepan	Tlax.	26-4 Ago.	ADE
Cedral	S.L.P.	1-15	A
Tecate	B.C.	1-15	ABCD
Tulancingo	Hgo.	2	ABCDE
Cd. Mante	Tamps.	4-13	ABCDE
Tuxpan	Ver.	8-16	ABCD
Zacatlán	Pue.	8-16	Feria de la manzana
Parras	Coah.	9	Feria de la uva
Villa Escalante	Pue.	12-19	E
Saltillo	Coah.	13-21	Feria de la uva y la manzana
Tacotalpa	Tab.	14-16	BC
Huamantla	Tlax.	14-21	BCE
Ixmiquilpan	Hgo.	15	AE
S.L.P.	S.L.P.	16-18	ABCDE
Palizada	Camp.	16-20	BC
San Luis de la Paz	Gto.	17-25	ABC
Tecate	B.C.	17-25	ABCD
Tuxpan	Tamps.	18-23	ABC
Muzquiz	Coah.	22-31	ADE
Matamoros	Tamps.	25	ABCDE
Tlaxco	Tlax.	25-30	BCD
Tenango de Doria	Hgo.	28	A

SEPTIEMBRE

Charcas	S.L.P.	1-9	A
Dolores Hgo.	Gto.	1-17	BC
Cholula	Pue.	4-12	ABCDE
Jérez García	Zac.	7-15	A
Zacatecas	Zac.	7-17	ABDE
San Pedro	Coah.	8-17	A
Cd. Juárez	Chih.	11-12	Exposición nacional de la ind. de la -- construcción
Nuevo Laredo	Tamps.	11-20	ABCD
Torreón	Coah.	12-20	ABCD
Campeche	Camp.	14-28	AE
Nochistlán de Mejía	Zac.	17	BCE
Atlixco	Pue.	24-30	BCDE
Ocotlán	Jal.	25-30	BCD
San Miguel Allende	Gto.	26-27	A
Tepeaca	Pue.	27-30	CD

OCTUBRE

San Felipe	Gto.	28-1 Oct.	AE
Magdalena	Son.	1-8	ABCD
Tlaxcoapan	Hgo.	4	ACE
Pachuca	Hgo.	4	AE
Ixtlán	Mich.	4	A
Guadalajara	Jal.	6-30	Feria del hogar
San Juan del río	Dgo.	12-16	ABCD
Cd. Guzmán	Jal.	12-23	BCD
Tlacolula	Oax.	segundo dom.	ABCDE
Apatzingán	Mich.	20-25	ABCD
Moctezuma	S.L.P.	24-25	A
Colima	Col.	27	ABCD
Cd. Victoria	Tamps.	29	BCD
Morelia	Mich.	30	ABCDE

NOVIEMBRE

Cortazar	Gto.	29-3 Nov.	AE
Colima	Col.	31-8 Nov.	ABCD
Tlaxcala	Tlax.	1	ABCDE
Texmelucan	Pue.	1-7	ABC
Teocaltiche	Jal.	1-11	CE
S.L.P.	S.L.P.	1-15	ABCD
Freznillo	Zac.	12-21	ABCD
Gómez Palacio	Dur.	13-24	AE
Jiquilpan de Juárez	Mich.	15-20	BCD
Río Verde	S.L.P.	15-25	ABCD
La Paz	B.C.	20	DE
Huacana	Mich.	20-24	A

DICIEMBRE

Taxco de Alarcón	Gro.	30-7 Dic.	Feria de la plata
Mérida	Yuc.	1-31	A
Pátzcuaro	Mich.	5-12	AB
Cosamaloapan	Ver.	6-12	A
Calvillo	Ags.	8-15	BCE
Querétaro	Gro.	10-17	ABCDE
Chihuahua	Pue.	11-16	ABC
Villa Azueta	Ver.	12	Feria de la piña
Moctezuma	S.L.P.	12	A
Quiroga	Mich.	21-28	AE
Celalla	Gto.	23	ABCD
Guadalupe	S.L.P.	24-25	A
Tizatlán	Tlax.	30	Feria del bastón

El registro presenta repeticiones de algunas ferias que inician en un mes y terminan en el siguiente (Tecomán, Col.; Villahermosa, Tab.; Santiago Ixcuintla, Nay.) y faltaron por registrar importantes ferias como las de Palenque y Pichucalco, Chiapas; San Juan de los Lagos, Jalisco; Texcoco, Edo. de Mexico; pero no ha salido otra edición de la Enciclopedia de México desde 1978 (10). Datos más actualizados se pueden encontrar en el Calendario de Ferias y Exposiciones antes mencionado.

En once años, las variantes en cuanto a fechas de realización son nulas, los cambios se han realizado en su clasificación por giros, ya sea porque se han ampliado o especializado.

(10) A principios de diciembre de 1989, el lic. Jacobo Zabudowsky presentó en su prestigiado programa "24 HORAS", la recién editada Enciclopedia Ilustrada de México.

1.4.2. LAS EXPOSICIONES

Las exposiciones de productos por especialidades se encuentran en pleno desarrollo en México. La gama de muestras es amplia y su período de inicio es reciente.

En los Estados Unidos denominan a esta actividad como "Industria de las Exposiciones"; registran anualmente 7,800 exposiciones y cuentan con la National Association Of Exposition Managers - N.A.E.M.- (Asociación Nacional de Gerentes de Exposiciones).

En nuestro país, en el Tianguis Turístico realizado en Acapulco del 1 al 4 de Junio de 1987, se reunieron diversos representantes de Centros de Convenciones y Exposiciones estatales y privados mexicanos, en el stand de la Secretaría de Turismo y plantearon la posibilidad de formar una asociación que los agrupara. Un año después se reunieron en la ciudad de León, Gto., y posteriormente en Morelia, Michoacán, para sentar las bases de la Asociación Nacional de Centros de Exposiciones y Convenciones (A.N.C.E.C.).

La Asociación pretendía difundir información de sus afiliados para promocionarlos a nivel nacional e internacional y aprovechar los beneficios que aporta el estar unidos pero, aunque existían 11 miembros, con los cambios de poderes en los Estados sucedidos entre 1988 y 1989, la Asociación dejó de laborar.

Sin dicha asociación resulta difícil estimar la cantidad de exposiciones que se ejecutan anualmente en el territorio nacional, pero sabemos que el mayor número de las mismas se llevan a cabo en las ciudades de México y Guadalajara.

En la Capital del país se realizan principalmente en salones

de hoteles, en las instalaciones del Palacio de los Deportes, el Auditorio Nacional y en el Hotel de México, recientemente habilitado para formar parte de los World Trade Centers.

La segunda urbe mas importante es Guadalajara, prestigiado centro industrial y comercial, cuenta con un moderno Centro de Exposiciones de 63,000 m2. Su área de exposiciones tiene 12,400 m2. y una altura libre de 7.20m., pudiendo albergar 650 stands de 3.60 x 3.60 mts. El estacionamiento alberga 1,100 vehículos.

En este Centro se realizan las mejores y más variadas Exposiciones del país. A continuación se enlistan las registradas hasta junio de 1989, a ejecutarse en ese año:

M E S	E X P O S I C I O N
ENERO	EXHIMODA PRIMAVERA-VERANO '89.
FEBRERO	EXPOMUEBLE '89.
MARZO	EXPOPUBLICITAS '89. AGRO EXPO '89.
ABRIL	EXPO TEXTIL. XVII EXP. DE LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCION.
MAYO	TODO PARA SU COCINA '89. VI EXP. DEL COMERCIO DETALLISTA '89. EXPO CALZADO OTONO-INVIERNO.
JUNIO	AUTO SHOW '89. EXPO OFICINA '89 1a. EXPO HOTEL. ALQUIMIA '89
JULIO	17a. EXP. DEL REGALO, MODA, DECORACION Y ACCESORIOS PARA EL GOURMET. EXHIMODA OTONO-INVIERNO '89.

AGOSTO	2a. EXPO INDUSTRIAL JALISCO '89. EXP. DE LA ASOC. DE PROVEEDORES DE LA IND. DEL CALZADO (APIC '89). HABITAT '89.
SEPTIEMBRE	GUADALAJARA COM-EXPO '89. EXPO METAL MECANICA '89. TODO PARA EL DEPORTE '89. EXPO DE LA IND. NAL. DE AUTOPARTES (EXPO RUJAC '89). EXPO NACIONAL FERRETERA '89.
OCTUBRE	EXPO JOYA '89. TECNO MUEBLE INTERNACIONAL. EXPO CALZADO PRIMAVERA-VERANO '89.
NOVIEMBRE	EXPO VENTA '89. III FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO '89.
DICIEMBRE	2o. CONGRESO INTERNACIONAL DE LA JUVENTUD '89 (CONFERENCIAS Y EXPO).

Además de estas exposiciones, en los salones y Centros de Convenciones de hoteles de la ciudad se ejecutan otras menores.

En el contexto nacional, algunas empresas que se dedican al montaje de stands, renta de mobiliario y accesorios y prestan servicios integrales para la organización de cualquier exposición y eventos diversos son las siguientes:

COYCO, EXPOSICIONES, S.A.
Av. Morelos No. 65
México, D.F. CP 06040

CONMASA (Construcciones y Maderas S.A.)
Gov. Covarrubias No. 66
Tacubaya, México, D.F. CP11870

FAPEZAL COMUNICACION, S.A. de C.V.
Paseo de la Reforma No. 336 1er. piso
Col. Juárez, México, D.F. CP 06600

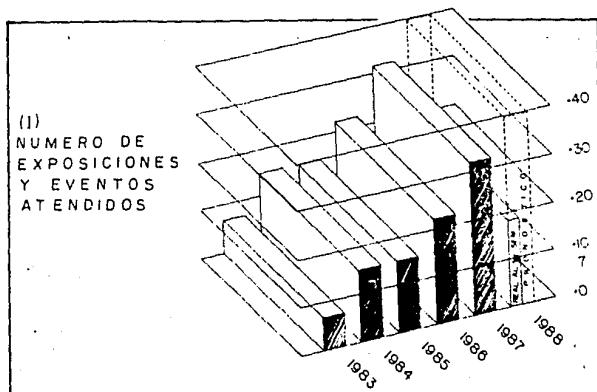
EMPRESA DE DISEÑO Y TECNOLOGIA RIGHETTI DE OCCIDENTE, S.A. de C.V.
Av. Mariano Otero No. 841-B
Guadalajara, Jal.

FEXPO INTERNACIONAL S.A. de C.V.
Morelos No. 1561
Guadalajara, Jal.

J.R. CONGRESOS Y CONVENCIONES, S.A. de C.V.
Obsidiana No. 2807
Guadalajara, Jal.

ACTUAL DISEÑO, S.A.
Av. Tepeyac No. 497
Col. Chapalita
Guadalajara, Jal.

Una de estas empresas, COYCO EXPOSICIONES, S.A., inició en 1983 con montaje de stands y a principios de 1988 mostraba un nivel ascendente en la demanda de sus servicios. En la gráfica siguiente se muestra el ritmo y nivel de crecimiento:



(A falta de otros datos, los anteriormente señalados nos dan una idea de la dimensión que han alcanzado las exposiciones en México).

A diferencia de las grandes empresas, los empresarios en mediano y pequeño no cuentan con sistemas propios de mercadotecnia y comercialización, por lo que una exposición les representa una económica y eficaz herramienta de ventas, ya que los pone en contacto directo con sus mercados, pudiendo así conocerlos para abarcarlos de mejor forma.

NOTIEXPO, órgano informativo de Expo Guadalajara, menciona en su edición número 12 del mes de septiembre de 1988, múltiples ventajas de las exposiciones además de la promoción y venta en forma directa:

- "-La oportunidad para el comprador y el vendedor de encontrarse cara a cara. Y donde además los productos que se exhiben pueden ser demostrados y manejados (manipulados).
- "-Un público preseleccionado, con intereses específicos y que asiste con el propósito de aprender acerca de nuevos productos.
- "-La oportunidad de tener al alcance gente que normalmente no está asequible a los representantes de ventas y descubrir en ellos intereses de compra desconocidos.
- "-Contar con un lugar donde los compradores puedan hacer comparaciones y puedan exponer sus problemas a los técnicos, y de esta manera, en un solo lugar, logren reducir el proceso de selección y compra.
- "-Atraer e identificar nuevos prospectos.
- "-Atender y dar servicio a clientes habituales.
- "-Introducir nuevos productos o innovaciones.
- "-Reforzar la imagen corporativa, proyectarla o crearla.
- "-Probar la respuesta del mercado a nuevos productos.
- "-Estimular la sana competencia al hacer comparaciones que motivan al productor a superarse.
- "-Descubrir influencias de compras desconocidas.
- "-Poder demostrar equipo no portátil.
- "-Identificar nuevas aplicaciones del producto.

- "-Obtener retroalimentación inmediata sobre el producto/servicio.
- "-Relacionarse con la competencia.
- "-Realizar estudio de mercado.
- "-Atraer y descubrir nuevos representantes y distribuidores.
- "-La oportunidad de sobresalir con un producto y obtener amplia cobertura y difusión en los medios masivos.
- "-Apuntar a un mercado específico según tipo de audiencia.
- "-Distribución de muestras.
- "-Posicionamiento dentro del mercado..
- "-Mantenerse por arriba de la competencia.
- "-Apoyar y dar fuerza a la promoción de "boca a boca".
- "-Apoyo a la campaña publicitaria o de envío directo por correo.
- "-Ofrecer material descriptivo técnico escrito... entre otras más."

C A P I T U L O

I I

REFERENCIAS DE FERIAS Y EXPOSICIONES.

S U M A R I O

2. REFERENCIAS DE FERIAS Y EXPOSICIONES.

2.1. CONTRATOS.

2.2. REGLAMENTOS.

2.3. FORMATOS PARA FERIAS Y EXPOSICIONES.

P R E A M B U L O.

Como ya hemos visto, cada feria y exposición es distinta en esencia y su papelería lo es también, cada contrato y reglamento especifica lo que el evento en particular establece, de acuerdo a factores propios del organizador, la proyección del evento y la región donde se realiza, entre otras cosas.

Los contratos son las vías legales por las que se establecen los compromisos de servicio que se otorgarán en una Feria o Exposición. La perfecta comprensión del mismo por ambas partes (expositor y organizador) es elemento base para un sano desarrollo del evento y, debido a su importancia, debe ser elaborado con una asesoría legal adecuada, abarcando la totalidad de aspectos que comprenderá el evento.

El reglamento marca el objetivo del evento; las cantidades a pagar y sus formas de hacerlo; los horarios y fechas de montaje, desmontaje, exposición y actividades especiales; las consideraciones sobre el uso de las áreas comunes y otros aspectos diversos.

Los contratos, reglamentos, formas de registro y papelería en general, se van perfeccionando y adecuando conforme el evento se va realizando, siempre a la búsqueda de evitar problemas y malentendidos del pasado.

La papelería referida anteriormente debe ser elaborada con igual cuidado tanto para exposiciones como para ferias, pero no siempre es así. Generalmente es en las exposiciones donde se

emplean más adecuadamente estos recursos, probablemente debido a que en las Ferias los Comités Organizadores son renovados cada cambio de Gobierno (tres o seis años), perdiéndose así valiosas experiencias del personal anterior, además de que nuevas políticas regirán a la localidad.

En este capítulo se presenta una recopilación de tres contratos, sus respectivos reglamentos y papelería diversa usada en eventos de alto profesionalismo que pueden servir de consulta para elaborar su similar en otros eventos. La totalidad es referente a exposiciones, debido a que presentan mejor estructuración, y pueden ser adecuadas para Ferias.

2.1. CONTRATOS

El evento máximo de promoción turística en México es el "Tianguis Turístico" organizado anualmente por la Secretaría de Turismo a través de su Dirección General de Promoción Internacional en el Puerto de Acapulco. A este evento acuden representantes de las instituciones más importantes en la materia del país y el mundo.

Su contrato para expositores de nuestro país en el XIII Tianguis México '88, se diferencia de otros principalmente por lo resumido de su redacción, sin que por ello omita en sus cláusulas (que son 14) algún punto esencialmente importante.

El formato a dos columnas en una sola hoja tamaño carta y el uso de tipos más grandes con divisiones, facilita su lectura y le da una presentación más atractiva.

Otra diferencia se encuentra en omitir la firma de testigos y la de señalar los domicilios dentro de las cláusulas y no dentro de las declaraciones.

Se muestra a continuación una copia del mismo.



SECRETARIA DE TURISMO

CONTRATO DE ASIGNACION DE LOCAL(ES) QUE CELEBRAN, POR UNA PARTE, LA SECRETARIA DE TURISMO, REPRESENTADA POR EL ING. MARIOLA SALOMON PINEDA, EN SU CARACTER DE DIRECTOR GENERAL DE PROMOCION INTERNACIONAL, Y POR LA OTRA, REPRESENTADA POR

EN SU CARACTER DE

A QUIENES EN LOS SUCESIVO Y PARA EFECTOS DE ESTE CONTRATO SE LES DENOMINARA COMO LA "SECRETARIA" Y EL "EXPOSITOR", RESPECTIVAMENTE, CONFORME A LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS:

DECLARACIONES

I. Declara la SECRETARIA:

- Que es una dependencia del Ejecutivo Federal, con las atribuciones que le confieren en el artículo 42 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, en la Ley Federal de Turismo y en las demás disposiciones aplicables;
- Que dentro de sus facultades esta ia de organizar ferias, exposiciones, exhibiciones y demás eventos dentro del país, a través de los cuales se promueva la oferta de servicios y atractivos turísticos nacionales.
- Que como consecuencia de lo anterior, organiza el XIII Tianguis México 88, el cual se llevará a cabo en el Centro de Espectáculos, Convenciones y Exposiciones de Acapulco, Gro., del 5 al 8 de junio de 1988; y
- Que para la realización del citado evento, cuenta con diversos locales dentro del área de exposición del Centro de Espectáculos, Convenciones y Exposiciones de Acapulco, los que requieren ser asignados a los expositores que deseen participar en el mismo.

II. Declara el EXPOSITOR:

- Que es una , debidamente constituida de acuerdo con las leyes mexicanas.
- Que se encuentra representado por , en su carácter de , que cuenta con las facultades necesarias para obligarlo en los términos de este contrato; y
- Que a efecto de participar en el XIII Tianguis México 88, desea que se le asigne(n) un (unos) local(es) en el área de exposición de dicho evento, con el propósito de exhibir los bienes y servicios que ofrece.

Expuestas las anteriores Declaraciones, las partes otorgan las siguientes

CLAUSULAS

PRIMERA.— La SECRETARIA asigna a el EXPOSITOR el (los; local(es) número(s) ubicado(s) dentro del área de exposición del XIII Tianguis México 88, a celebrarse en el Centro de Espectáculos, Convenciones y Exposiciones de Acapulco, Gro., durante los días 5 al 8 de junio de 1988.
La ubicación del (de los) local(es) en el área de

SEGUNDA.— La superficie total del (de los) local(es) es de m², y éste (éstos) consiste(n) en el módulo prefabricado de paneles de macopán, con columnas de madera al frente y un volado formado con estructura metálica. Al momento de ser entregado(r), tendrá(n) un toldo decorativo, contará(n) con alfombra sintética rasurada fijada al piso con cinta adhesiva a lo largo de

TERCERA.— Como contraprestación por la asignación del (de los) local(es) a que se refiere la Cláusula Primera, EL EXPOSITOR pagará a LA SECRETARIA, la cantidad total de \$

()
Esta cantidad se pagará al momento de firma del presente Contrato, mediante cheque certificado expedido a favor de la Secretaría de Turismo, contra entrega del recibo correspondiente, que al efecto expida la Secretaría.

CUARTA.— La SECRETARIA pondrá a disposición de el EXPOSITOR el (los) local(es) materia de este contrato, a partir de las 08:00 horas del día 1.º de junio de 1988, a efecto de que éste proceda a realizar los trabajos de instalación y decoración del (de los) mismo(s). La conclusión de estos trabajos deberá efectuarse a más tardar a las 19:00 horas del día 3 de junio de 1988.

QUINTA.— En todo caso, el EXPOSITOR deberá haber tomado posesión del (de los) local(es) a más tardar a las 19:00 horas del día 2 de junio de 1988; de lo contrario, el (los) local(es) pasará(n) en forma inmediata a disposición de la SECRETARIA, sin que el EXPOSITOR tenga derecho a la devolución de la cantidad señalada en la Cláusula Tercera.

SEXTA.— El (los) local(es) asignado(s) en virtud de este contrato, será(n) destinado(s) exclusivamente a la publicidad y promoción turística de el EXPOSITOR, a través de la instalación de los materiales, equipos y elementos decorativos que requieran para tal propósito.

SEPTIMA.— Los cambios en la estructura, electrificación y demás elemento originales del (de los) local(es) que decida efectuar el EXPOSITOR, deberán ser solicitados por escrito a la SECRETARIA, a más tardar el 30 de abril de 1988, quedando a su cargo dichos cambios, si la SECRETARIA los autoriza.

OCTAVA.— A partir de las 17:30 horas del 8 de junio de 1988, el EXPOSITOR podrá iniciar el desmontaje del (de los) local(es), con el fin de que, más tardar a las 17:30 horas del día 9 del mismo mes y año, lo (los) entregue a la SECRETARIA en el estado en que lo (los) recibió. El desmontaje del (de los) local(es) implica el retiro de los elementos decorativos y del material y equipo utilizados.

NOVENA.— El nombre comercial que utilizará el EXPOSITOR a la vista del público en el (los) local(es), será el de _____, mismo que aparecerá en los directorios del evento.

DECIMA.— EL EXPOSITOR designa a _____ a _____ y a _____

como las personas que lo representarán en el (los) local(es) durante el evento, en virtud de que conocen las actividades profesionales del EXPOSITOR, poseen suficientes conocimientos del idioma inglés y están facultados para celebrar transacciones comerciales en su nombre y representación. Las personas citadas en esta cláusula serán los enlaces entre el EXPOSITOR y la SECRETARIA, y deberán encontrarse presentes durante el montaje y decoración del (de los) local(es), a lo largo del desarrollo del evento y durante el desmontaje del (de los) local(es).

DECIMA PRIMERA.— Los derechos que adquiere el EXPOSITOR en virtud de este Contrato no podrán ser cedidos a persona alguna, moral o física.

DECIMA SEGUNDA.— Además de los derechos y obligaciones que contrae en virtud de este contrato, el EXPOSITOR se sujetará, para efectos del evento, a lo establecido en el Reglamento para Expositores del XIII Tianguis México 88, que se acompaña al presente instrumento como Anexo Dos. Por lo anterior, en caso de que el EXPOSITOR incumpla con alguna de las estipulaciones de este Contrato o con lo establecido en el Reglamento citado, la SECRETARIA podrá rescindirlo sin responsabilidad de su parte.

DECIMA TERCERA.— Para efectos de este contrato, las partes señalan como domicilios los siguientes:

LA SECRETARIA
Mariano E. Jobedo 726
Col. Verónica Anzures
México, D.F. C.P. 11590

EL EXPOSITOR

DECIMA CUARTA.— Para la interpretación y cumplimiento del presente contrato, son aplicables las leyes federales y competentes los Tribunales Federales del Distrito Federal.

El presente contrato se firma en original y dos copias, en _____, a los _____ días del mes de _____ de _____ mil novecientos ochenta y ocho.

POR LA SECRETARIA DE TURISMO
EL DIRECTOR GENERAL DEL COMITE
DE PROMOCION INTERNACIONAL

POR

ING MARIO A. SALOMON PINEDA

La zona metropolitana de Guadalajara está considerada como la segunda ciudad del país con aproximadamente 5 millones de habitantes y una magnífica ubicación dentro del territorio nacional. Su actividad comercial -siempre creciente- cuenta con un evento anualmente organizado con gran éxito por la Cámara de Comercio de Guadalajara, a través de su Gerencia de Ferias y Exposiciones, denominada "Expo venta".

El contrato que celebran con los expositores es más específico que el anterior en sus 16 cláusulas (dos más que el otro), sin mostrar en ello variantes esenciales de contenido.

Su formato en hoja oficio y máquina eléctrica es el más comúnmente utilizado en estos asuntos y no presenta ningún diseño ni redacción en especial (lenguaje oficial).

Procura hacer énfasis en algunos aspectos subrayándolos y es muy claro en lo que corresponde a fechas, horarios y montos de pago.

Se muestra a continuación una copia del contrato utilizado en la "Expo-venta '89".



CONTRATO N° 644

Que celebran, por una parte, la Cámara Nacional de Comercio de Guadalajara -- representada por el SR. J. AMADO ANTON LOZANO, a quien en lo sucesivo se designará "LA CÁMARA", y por la otra,

representada(o) por _____ denominado(a) en lo subsecuente como ----- "EL EXPOSITOR"; acuerdo de voluntades que formalizan a través de las siguientes Declaraciones y Clausulas.

DECLARACIONES

I.- "LA CÁMARA" manifiesta ser una Institución Pública legalmente constituida de conformidad con la Ley de las Cámaras de Comercio y de la Industria, publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 26 de agosto de 1941, y tener su domicilio en la Avenida Vallarta No. 4095 Zapopan, Jalisco ----- zona conurbada de Guadalajara

II.- El Comité Organizador de "EXPO VENTA 89" es un ente constituido por - "LA CÁMARA", por tanto, tiene facultades para representarla en todo lo conducente a los derechos y obligaciones consignados en este Contrato (en lo subsecuente dicho ente será designado "EL COMITE").

III.- El SR. J. AMADO ANTON LOZANO declara tener el carácter de Director -- Adjunto de la propia Cámara.

IV.- "LA CÁMARA" tiene el propósito de organizar una Exposición Comercial que se denominará "EXPO VENTA 89", la cual tendrá verificativo en esta Ciudad del 1 al 12 de noviembre de 1989, dentro de las instalaciones del Centro de Ferias y Exposiciones "EXPO GUADALAJARA", con domicilio en el cruce de las Avenidas Mariano Otero y de las Rosas.

V.- Por su parte, el Señor _____ declara tener el carácter de _____ de "EL EXPOSITOR", quien tiene su domicilio en _____ teléfonos _____ de la Ciudad de - _____ registrado en la Cámara bajo el número _____

VI.- El objeto principal de este Contrato es el derecho del uso temporal - del(los) Módulo(s) localizado(s) en las instalaciones de "EXPO VENTA 89" a -- cambio de la contraprestación señalada en la Clausula segunda de este Contrato; como objeto accesorio se proporcionarán los servicios adicionales de: promoción, publicidad, mantenimiento y los demás contemplados en el Contrato o, - Reglamento respectivo.

VII.- Ambas partes han convenido sobre la forma en que será llevada a cabo la "EXPO VENTA 89" y la correspondiente participación en la misma, por ello - tienen a bien estipular las siguientes

CLAUSULAS

PRIMERA.- Dentro de las instalaciones de "EXPO VENTA 89" "LA CÁMARA" otorgará a "EL EXPOSITOR" el derecho de uso temporal del(los) Módulo(s) número(s) _____ cuya localización y especificación se encuentran claramente detalladas en el plano que, debidamente suscrito por las partes, se anexa al presente Contrato y del cual forma parte. (a dicho espacio se le denominará "EL MÓDULO" en el curso del presente Contrato).

! SEGUNDA.- "EL EXPOSITOR" cubrirá a la "CAMARA" la cantidad de: \$ _____

por concepto de derecho a utilizar temporalmente "EL MODULO" a que se refiere la cláusula anterior, así como, los servicios indicados en la declaración VI, en el entendido de que dicha suma cubre exclusivamente el derecho de uso durante los días especificados con antelación. ("EL EXPOSITOR" deberá pagar la cantidad de la siguiente manera: Por concepto de anticipo la cantidad de \$ 1'150,000.00 por stand, y el resto a 90 días, a partir de la fecha de firma del Contrato), quedan del convenido de qué durante el tiempo en que dure la cantidad insoluta "EL EXPOSITOR" pagará a "LA CAMARA" el correspondiente interés bancario y que, para el supuesto de no ser pagado totalmente en las fechas indicadas, "LA CAMARA" podrá rescindir el Contrato sin responsabilidad alguna, en tal caso "EL EXPOSITOR" se obliga a cubrir un 25% por concepto de indemnización, porcentaje que se aplicará a la cantidad señalada al inicio de esta cláusula.

Los pagos deberán hacerse mediante cheque u orden de pago exclusivamente a favor de "LA CAMARA".

TERCERA.- Acepta expresamente "EL EXPOSITOR" que el espacio contratado será utilizado exclusivamente para la exhibición de _____ y consecuentemente, no podrá destinarlo a ningún otro fin, uso o aprovechamiento.

CUARTA.- Queda estrictamente prohibido para "EL EXPOSITOR" ceder, traspasar o enajenar los derechos a que se refiere el presente Contrato, así como prestar o arrendar total o parcialmente "EL MODULO" contratado, comprometiéndose a exhibir los productos señalados en la cláusula anterior, así mismo, esta prohibido recortar las mamparas, clavarlas, atornillarlas, pintarlas o perforarlas; -- exhibir mercancía o anunciarse por encima de la altura de las mamparas que dividan "EL MODULO"; clavar o atornillar objetos de cualquier tipo en los pisos, columnas del edificio así como realizar cualquier otro tipo de perforaciones; el uso de magnetos, tocadiscos, equipo de sonido y o películas con sonido que interfieran la exhibición de los demás Expositores; encender fuego dentro del área de exposición, así como, utilizar productos inflamables o tóxicos; e, invadir -- los pasillos y lugares de descanso.

QUINTA.- "EL EXPOSITOR", para efectos de instalaciones y montaje de "EL MODULO", estará a lo dispuesto en los Artículos del 11 al 19 del Reglamento correspondiente.

SEXTA.- "EL EXPOSITOR" se compromete a entregar totalmente desocupado "EL MODULO" a que se refiere el presente Contrato, en los términos prescritos por el Artículo 47 del Reglamento.

SEPTIMA.- "EL EXPOSITOR" no podrá, sin previa autorización expresa y escrita de "EL COMITE", efectuar en "EL MODULO" variación alguna ni aún con carácter de mejora.

OCTAVA.- En el supuesto de que "EL EXPOSITOR" no hiciere uso de "EL MODULO" perderá en beneficio de "LA CAMARA" las cantidades que hubiere cubierto; al respecto, carecerá de derecho para solicitar bonificación alguna.

Con independencia de lo anterior, en caso de que los productos a exhibir no quedasen instalados a más tardar a las 22:00 horas del día 31 de octubre de 1989; "EL COMITE" podrá disponer de "EL MODULO" sin responsabilidad alguna, estándose para el efecto a lo dispuesto en el párrafo que precede.

NOVENA.- La fecha máxima en que "EL EXPOSITOR" podrá solicitar la cancelación de este Contrato será hasta el 31 de agosto de 1989, cancelación que deberá presentar por escrito en las Oficinas de "EL COMITE", para este caso "EL EXPOSITOR" está obligado a pagarle a "LA CAMARA" el 25% sobre la cantidad fijada en la cláusula segunda de este Acuerdo de Voluntades, suma que corresponderá a los gastos de administración ocasionados.

Toda cancelación recibida con posterioridad a lo especificado en el párrafo que antecede causará automáticamente la pérdida en beneficio de "LA CAMARA" del valor íntegro de "EL MODULO" o "LOS MODULOS", sin que para el efecto se tenga derecho a bonificación alguna; en este caso puede "EL COMITE" disponer del espacio en la forma en que más convenga al Evento, sin que ello implique responsabilidad ante "EL EXPOSITOR".

DECIMA.- "EL EXPOSITOR" podrá decorar e ingresar sus productos y articulos a "EL MODULO" tres días antes de iniciar el Evento, desde luego dentro -- del horario y condiciones fijadas en el Reglamento que forma parte de este -- Contrato .

DECIMA PRIMERA.- "EL COMITE" señalará el orden en que se ingresarán los - Expositores conforme a la secuencia de llegada a la Exposición.

DECIMA SEGUNDA.- Desde la hora de apertura y durante el Evento no podrá - "EL EXPOSITOR", sin previa autorización escrita de "EL COMITE", retirar sus - artículos de decoración y mobiliario.

DECIMA TERCERA.- "EL EXPOSITOR" tendrá a su cargo el personal que requiera para la exhibición de sus productos o mercancías, razón por la cual quedarán bajo su absoluta responsabilidad las obligaciones que se deriven de las - relaciones de trabajo; de las infracciones que dicho personal cometa a las -- Leyes y Reglamentos vigentes (Federales, Estatales y Municipales); y, todas - las contribuciones fiscales aplicables en nuestro País. Por lo anterior, a -- través de este acto, "EL EXPOSITOR" reeleva a "LA CAMARA" de los mencionados - compromisos.

DECIMA CUARTA.- "LA CAMARA" se reserva el derecho de dar por rescindido - el presente Contrato, sin responsabilidad alguna de su parte, en caso de que, a juicio de "EL COMITE", "EL EXPOSITOR" viole cualquiera de las cláusulas del presente Contrato, o de las disposiciones del Reglamento que forma parte del mismo y al cual se ha comprometido éste a respetar y acatar en forma íntegra.

DECIMA QUINTA.- Por su parte "EL EXPOSITOR" ha manifestado su deseo de -- participar en el referido Evento y manifiesta que conoce íntegramente los términos y condiciones estipulados en el Reglamento de "Expositor" que recibe en - este momento y pasa a formar parte integrante del Contrato, comprometiéndose a sujetarse al mismo en todo momento.

DECIMA SEXTA.- Para todo lo relativo a la interpretación y cumplimiento-- del presente Contrato, las partes manifiestan expresamente su anuencia en someterse a las determinaciones de "EL COMITE" y en última instancia a los Jueces y Tribunales de la Ciudad de Guadalajara, Jalisco, así como a los dispositivos legales a que se refiere el Código Civil vigente del Estado, en lo relativo a las obligaciones en general, y en especial a lo relativo al Contrato - de Arrendamiento, renunciando al fuero de cualquier otro domicilio presente o futuro.

Leído lo anterior, los contratantes, conscientes de su alcance y contenido, expresan su conformidad en lo estipulado por todas y cada una de sus declaraciones y cláusulas, lo cual ratifican con su firma ante la presencia de los Testigos que también suscriben.

_____ a _____ de _____ de 19 _____

" EL EXPOSITOR "

" LA CAMARA "

TESTIGOS

"Expo-mueble" es, sin duda, el evento más grande e importante en su género en nuestro país. Su organización está a cargo de la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco, A.C. (AFAMJAL), a través de su Dirección de Exposiciones.

Su contrato es el más extenso de los 3 presentados (20 cláusulas) y es el más específico.

La redacción en lenguaje oficial es clara y la tipografía en computadora sobre hoja oficio es de muy buena presentación.

Las partes que trata son en general las mismas, aunque más desglosadas y ampliadas, añadiendo al final una cláusula referente a Causas de Fuerza Mayor para efectuar cambios a fechas, horarios, programación, ubicación y actividades, que es muy recomendable considerar en Exposiciones. En Ferias estos cambios pueden ser realizados parcialmente, pero su carácter político implícito no recomienda que sean generales.

Se presenta ahora una copia del contrato para Expo-mueble.



Expon Mueble

Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco, A.C.

Nº 0968

C O N T R A T O

CONTRATO QUE CELEBRAN, POR UNA PARTE, LA ASOCIACION DE FABRICANTES DE MUEBLES DE JALISCO, A.C. REPRESENTADA POR EL SR. _____

A LA CUAL EN LO SUCESIVO SE DESIGNARA "LA ASOCIACION" Y POR OTRA _____ REPRESENTADA POR EL SR. _____

A QUIEN SE DESIGNARA "EL EXPOSITOR" EN EL CURSO DEL PRESENTE CONTRATO; EL CUAL SE CELEBRA DE CONCORDANCIA CON LAS SIGUIENTES DECLARACIONES, ANTECEDENTES, Y CLAMORIAS:

DECLARACIONES

I.- La Asociación declara ser una Asociación Civil de Industriales legalmente constituida de conformidad con la escritura pública 21450 de fecha 10 de Enero de 1980, y tener su domicilio en Av. Niños Héroes N° 2663 de la ciudad de Guadalajara Jalisco.

II.- El Comité Organizador de "EXPO MUEBLE" es un organismo constituido por la Asociación y por tanto tiene facultades para representarla en todo lo conducente a los derechos y obligaciones que se consiguen en el presente Contrato. (Dicho organismo será designado "COMITE ORGANIZADOR" en el curso de este contrato.)

III.- El Sr. _____ declara tener el carácter de _____ del Comité Organizador.

IV.- Por su parte el SR. _____ declara tener el carácter de _____ de la citada empresa, la cual tiene su domicilio en _____ tel.(s) _____ de la ciudad de _____; y pertenece a la Asociación de _____

ANTECEDENTES

1.- LA ASOCIACION tiene el propósito de organizar una Exposición de Muebles y/o Regalos y/o Proceduría de la Industria Mueblera, que se denominará "EXPO MUEBLE", que tendrá verificativo en la ciudad de Guadalajara, Jalisco los días del _____ al _____ del mes de _____ de 19 _____.

2.- "EXPO MUEBLE" tendrá verificativo en las instalaciones de EXPO GUADALAJARA o en cualquier otro lugar de la ciudad de Guadalajara, Jalisco que el Comité Organizador designe.

SEXTA.- El EXPOSITOR, para el cobro de sus exhibiciones, quedará a cargo del Organismo en el punto 1.º del Reglamento, en el caso de no presentarse más tiempo del Reglamento estipulado, abona el pago acordado. Dicho cobro se hará, previa pago de honorarios de comensales.

SEPTIMA.- El EXPOSITOR, en el momento de retirar sus exhibiciones, deberá pagar al Organismo el importe del producto contenido, conforme a lo que señala el punto 1.º del Reglamento, el cual pagará una suma de dinero en el momento establecida por el Organismo en caso de haber exhibido que no se usen para el rubro del exhibitorio por el propio Organismo o por el Comité Organizador.

ACTIVA.- El EXPOSITOR, no podrá efectuar en el stand exhibición o reforma alguna, ni más con el carácter de mejora, sin autorización expresa, previa y escrita del Comité Organizador.

OCTAVA.- En el supuesto de que el EXPOSITOR no hiciera uso del STAND contratado, perderá en beneficio de la Asociación las cantidades que hubiere embargado sin derecho a devolución o bonificación alguna.

Con independencia de lo anterior, en caso de que los productos a exhibir no quedarán instalados a más tardar a las 24.00 horas del día anterior a la iniciación del evento, el Comité Organizador podrá disponer del espacio sin responsabilidad alguna.

NOVENA.- El plazo máximo que tendrá el EXPOSITOR para hacer la cancelación de un STAND será 90 días antes de la iniciación del evento, debiendo entregarla por escrito en las oficinas de la Asociación, y tendrá la obligación de pagar el 25% de la cantidad estipulada en la cláusula Nº 2 por concepto de gastos de administración relacionados.

DÉCIMA.- Toda cancelación recibida con posterioridad a lo especificado en esta cláusula anterior, causará automáticamente la pérdida en beneficio de la Asociación del valor íntegro del STAND pactado en este contrato, sin derecho a devolución o bonificación alguna, pudiendo el Comité Organizador disponer del espacio sin ninguna responsabilidad ante el EXPOSITOR.

DECIMA PRIMERA.- El EXPOSITOR, podrá disponer de sus espacios, para decorar el stand con sus productos y artículos tres días antes del inicio del evento a partir de las 7.00 a.m. conforme a lo que el Reglamento determina.

DECIMA SEGUNDA.- El Comité Organizador, emitirá el orden en que ingresarán los expositores conforme a la sucesión de Hojas de Inscripción.



Exponmueble

Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco, A.C.

Nº 0968

CONTRATO

CONTRATO QUE CELEBRAN, POR UNA PARTE, LA ASOCIACION DE FABRICANTES DE MUEBLES DE JALISCO, A.C. REPRESENTADA POR EL SR. _____ A LA CUAL EN LO SUCESIVO SE DESIGNARA "LA ASOCIACION" Y POR OTRA _____ REPRESENTADA POR EL SR. _____ A QUEM SE DESIGNARA "EL EXPOSITOR" EN EL CURSO DEL PRESENTE CONTRATO; EL CUAL SE CELEBRA DE CONFORMIDAD CON LAS SIGUIENTES DECLARACIONES, ANTECEDENTES, Y CLAUSULAS:

DECLARACIONES

I. La Asociación declara ser una Asociación Civil de Industriales legalmente constituida de conformidad con la escritura pública 21450 de fecha 16 de Enero de 1980, y tener su domicilio en Av. Niños Héroes B° 2663 de la ciudad de Guadalajara Jalisco.

II.- El Comité Organizador de "EXPO MUEBLE" es un organismo constituido por la Asociación y por tanto tiene facultades para representarla en todo lo conducente a los derechos y obligaciones que se consignan en el presente Contrato. (Dicho organismo será designado "COMITE ORGANIZADOR" en el curso de este contrato.)

III.- El Sr. _____ declara tener el carácter de _____ del Comité Organizador.

IV.- Por su parte el SR. _____ declara tener el carácter de _____ de la citada empresa, la cual tiene su domicilio en _____ tel.(s). _____ de la ciudad de _____ y pertenece a la Asociación de _____

ANTECEDENTES

1.- LA ASOCIACION tiene el propósito de organizar una Exposición de Muebles y/o Regalos y/o Proceduría de la Industria Mueblera, que se denominará "EXPO MUEBLE", que tendrá verificativo en la ciudad de Guadalajara, Jalisco los días del _____ al _____ del mes de _____ de 19 _____.

2.- "EXPO MUEBLE" tendrá verificativo en las instalaciones de EXPO GUADALAJARA o en cualquier otro lugar de la ciudad de Guadalajara, Jalisco que el Comité Organizador designe.

V.- Ambas partes han convenido sobre la forma en que será llevado a cabo dicho propósito, lo cual formalizan mediante el otorgamiento de las siguientes:

CLAUSULAS

PRIMERA.- Dentro de las instalaciones de "EXPO MUEBLE" el Comité Organizador proporcionará al EXPOSITOR el derecho de uso de un espacio consistente en _____ mts2, ubicados en el (los) Stand(s) N° (s) _____ cuya localización y especificación se encuentran claramente detalladas en el plano que debidamente suscrito por las partes, se anexa al presente Contrato pasando a formar parte integrante del mismo. (A dicho espacio se le denominará "El STAND" en el curso del presente Contrato);

SEGUNDA.- El EXPOSITOR, cubrirá a la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco, A.C. la cantidad de \$ _____

por concepto de derecho a utilizar el STAND a que se refiere la Cláusula Primera de este contrato, en el entendido de que dicha suma cubre exclusivamente el derecho de uso durante los días especificados con antelación. La cantidad antes indicada deberá quedar íntegramente cubierta a la firma del Contrato.

Los pagos deberán hacerse mediante cheque, orden de pago, giro bancario, ó telegráfico a favor de la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco, A.C., en el eventual caso de que resultare sin fondos el o los cheques, la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco, A.C., se reserva el derecho de hacer efectivo el 20% de penalidad que señala la Ley General de Títulos y Obligaciones de Crédito, independientemente de constituirse el hecho antes señalado como causa de Rescisión de este Contrato.

TERCERA.- Acepta expresamente el EXPOSITOR que es el espacio contratado será utilizado exclusivamente para la exhibición de ^{76 sillas} _____ y consecuentemente no podrá destinarse absolutamente a ningún otro fin, uso o aprovechamiento.

CUARTA.- Queda estrictamente prohibido para el EXPOSITOR ceder, traspasar o enajenar los derechos a que se refiere el presente Contrato, así como prestar o arrendar total o parcialmente el STAND contratado, comprometiéndose a exhibir exclusivamente productos fabricados ordinariamente por él, así mismo está prohibido recortar las máquinas, clavijas, atornilladas, pintadas o perforadas, así como el uso de tablaroca, clavar o atornillar objetos de cualquier tipo en los pisos o columnas del edificio, así como realizar cualquier otro tipo de perforaciones, el uso de magnetos, teclados, equipo de sonido y/o películas con sonido, que interfieran la exhibición de los demás expositores; encender fuego dentro del área de exposición, así como utilizar productos inflamables o tóxicos, invadir los pasillos y lugares de descanso, ya que el material a exponer deberá quedar instalado en las áreas designadas para tales fines.

SEXTA.- El EXPOSITOR, para efectos de inscripciones y montaje, estará a la disposición en el punto de las instalaciones en caso de necesidad más tiempo del Reglamento del evento, obteniendo por escrito dicha autorización, previa pago de honorarios correspondientes.

SEPTIMA.- El EXPOSITOR, en cumplimiento de sus obligaciones deberá cumplir con el STABO que se refiere a la presente, conteniendo, entre otros, lo que señala el punto 2.1. del Reglamento del evento, las cuales son: las bases de montaje en el horario establecido en el Reglamento del evento de los stands que tendrán para el efecto del exhibitorio por el propio Expositor o por el Comité Organizador.

SEPTIMA.- El EXPOSITOR, no podrá efectuar en el stand variación o retirar alguna, ni hacer con el carácter de mejora, sin autorización expresa, previa y escrita del Comité Organizador.

NOVENA.- En el supuesto de que el EXPOSITOR no hiciera uso del STABO contratado, perderá en beneficio de la Asociación Las cantidades que hubiere cubierto con derecho a reclamación o bonificación atausa.

Con independencia de lo anterior en caso de que los productos a exhibir no quedaran instalados a más tardar a las 24:00 horas del día anterior a la iniciación del evento, el Comité Organizador podrá disponer del espacio sin responsabilidad alguna.

NOVENA.- El plazo máximo que tendrá el EXPOSITOR para hacer la cancelación de su STABO será 90 días antes de la iniciación del evento, debiendo entregarla por escrito en las oficinas de la Asociación, y tendrá la obligación de pagar el 25% de la cantidad estipulada en la cláusula 10.2 por concepto de gastos de administración ocasionados.

DECIMA.- Toda cancelación recibida con posterioridad a lo especificado en la cláusula anterior, causará automáticamente la pérdida en beneficio de la Asociación del valor íntegro del STABO mencionado en este contrato, sin derecho a reclamación o bonificación alguna, pudiendo el Comité Organizador disponer del espacio sin ninguna responsabilidad ante el EXPOSITOR.

DECIMA PRIMERA.- El EXPOSITOR, podrá disponer de sus espacios para decorar o decorar su producto y artículos tres días antes del inicio del evento a partir de las 8:00 am, conforme a lo que el Reglamento determina.

DECIMA SEGUNDA.- El Comité Organizador, señalará el orden en que ingresarán los expositores conforme a la secuencia de Huesado a la exposición.

DECIMA TERCERA.- Desde la hora de apertura y durante el evento, no podrá ningún EXPOSITOR retirar sus artículos expuestos sin previa autorización escrita y aprobada por el Comité Organizador.

DECIMA CUARTA.- El EXPOSITOR, deberá desalojar sus materiales y productos dentro del siguiente horario: de las 7:00 a las 22:00 horas del día siguiente a la clausura de la Exposición.

DECIMA QUINTA.- El Comité Organizador, señalará el orden en que deberán desalojar sus materiales y productos.

DECIMA SEXTA.- EL EXPOSITOR, tendrá a su cargo el personal que requiera para exhibición de sus productos o mercancías, razón por la cual quedarán bajo absoluta responsabilidad las obligaciones que se deriven de las relaciones de trabajo, de las infracciones que dicho personal cometa a las leyes y reglamentos vigentes y todas las obligaciones fiscales y del seguro social aplicables en la República Mexicana, relevando a través este acto a la "ASOCIACION" de las mencionadas obligaciones.

DECIMA SEPTIMA.- LA ASOCIACION, se reserva el derecho de dar por rescindido el presente Contrato, sin obligación alguna por su parte, en caso de que a juicio del Comité Organizador, viole el EXPOSITOR cualquiera de sus Cláusulas, ó las disposiciones del REGLAMENTO a que se ha hecho referencia y el cual se ha comprometido éste a respetar y acatar en forma íntegra.

DECIMA OCTAVA.- Por su parte el EXPOSITOR ha manifestado su deseo de participar en el referido Evento y manifiesta que conoce íntegramente los términos y condiciones estipulados en el REGLAMENTO DE EXPOSICION, que debidamente suscrito por las partes se anexa al presente Contrato y pasa a formar parte integrante de su contenido comprometiéndose a sujetarse al mismo en todo momento.

DECIMA NOVENA.- Para todo lo relativo a la interpretación y cumplimiento del presente Contrato, las partes manifiestan expresamente su anuencia en someterse a los Jueces y Tribunales de la Ciudad de Guadalajara, Jal., así como a los dispositivos legales a que se refiere el Código Civil Vigente del Estado, lo relativo a obligaciones en general, y en especial a lo relativo al Contrato de Arrendamiento, renunciando al fuero del cualquier otro domicilio presente o futuro.

VIGESIMA.- CAUSAS DE FUERZA MAYOR.- El Comité Organizador, en caso de que existan circunstancias que a su juicio lo ameriten, podrá posponer o anticipar la iniciación del evento, así como prolongar o acortar la duración del mismo o variar su programa, horarios, localización, características o actividades, sin que ello implique responsabilidad de ninguna especie de su parte.

Leído lo anterior, los contratantes, conscientes de su alcance y contenido, expresan su conformidad en lo estipulado por todos y cada una de sus Declaraciones, Antecedentes y Cláusulas, lo cual ratifican con su firma ante la presencia de los testigos que también suscriben.

n _____ de _____ de 19 _____

LA ASOCIACION

EL EXPOSITOR

TESTIGOS

2.2. REGLAMENTOS.

Siguiendo una excelente presentación, el reglamento utilizado en el XIII Tianguis México '88 presenta como características principales las siguientes:

- Índice,
- Objetivo definido,
- Especificaciones básicas sugeridas para el personal que atenderá el stand.
- Recomendaciones sobre el tipo y calidad de los materiales a utilizar en el stand.
- Hace referencia a un concurso para estimular la buena decoración de los stands.
- Informa sobre las diversas medidas disponibles de stand y sus tarifas.
- DA a conocer un programa de Citas Preestablecidas para facilitar las transacciones.

La redacción de sus 35 artículos es ágil y clara en papel tamaño carta con excelente impresión.

Se expone enseguida dicho reglamento.

"XIII TIANGUIS MEXICO 88"

REGLAMENTO DE EXPOSITORES

CAPITULO I

OBJETIVOS DEL TIANGUIS

ARTICULOS 1° y 2° 1

CAPITULO II

ASIGNACION Y CARACTERISTICAS DE LOS LOCALES

ARTICULOS 3° y 4° 1

CAPITULO III

CUOTAS DE PARTICIPACION

ARTICULOS 5° al 9° 1 y 2

CAPITULO IV

REGISTRO DE EXPOSITORES Y PARTICIPANTES

ARTICULOS 10° y 11° 2

CAPITULO V

MATERIAL DE LOS EXPOSITORES

ARTICULOS 12° al 14° 2 y 3

CAPITULO VI

REQUERIMIENTOS ESPECIALES DE MONTAJE O INSTALACIONES

ARTICULOS 15° al 18° 3

CAPITULO VII

HORARIOS DE EXPOSICION

ARTICULO 20° 4

CAPITULO VIII

OBLIGACIONES DE LOS EXPOSITORES

ARTICULOS 21° al 24° 4

CAPITULO IX

SERVICIOS A LOS EXPOSITORES

ARTICULOS 25° al 32° 4 y 5

CAPITULO X

CONCURSO DE EXPOSITORES

ARTICULOS 33° y 34° 5

CAPITULO XI

CONOCIMIENTO DEL REGLAMENTO

ARTICULO 35° 6

CAPITULO I — OBJETIVO DEL TIANGUIS.

ARTICULO 1º. El XIII Tianguis México 88, tiene como objetivo fundamental la promoción de la oferta turística mexicana a nivel internacional dentro de un marco educativo, informativo y eminentemente comercial, a efecto de propiciar la captación de corrientes turísticas del exterior mediante la celebración de transacciones turísticas entre vendedores de servicios de México y compradores internacionales Invitados.

ARTICULO 2º. Para la consecución del objetivo mencionado, la Secretaría de Turismo, con la cooperación de los hoteles y las compañías aéreas que sirven a nuestro país, invitará a ejecutivos de agencias de viajes, de operadores mayoristas, de líneas aéreas, organizadores de congresos y convenciones, periodistas y personalidades del turismo internacional, con el objetivo de que sostengan un encuentro personal con los prestadores de servicios turísticos nacionales, quienes, además de participar como expositores, colaborarán en la atención de los invitados citados.

CAPITULO II — ASIGNACION Y CARACTERISTICAS DE LOS LOCALES.

ARTICULO 3º. Los expositores acreditados en el XIII Tianguis México 88, tendrán derecho a que se les asignen los locales dentro de la Región que le corresponda en la que está dividida el área de exposición en el orden cronológico en que el representante de la Secretaría de Turismo reciba los correspondientes contratos de asignación debidamente firmados, así como la cuota de recuperación respectiva. (Anexo al presente reglamento se acompaña el plano de distribución de locales).

De acuerdo con el Programa Nacional de Turismo las siete regiones en que está dividida la República Mexicana son: Mar de Cortés, Costa del Pacífico, Sureste, Costa del Golfo, Centro, Centro Norte y Frontera Norte.

ARTICULO 4º. Los locales que se pondrán a disposición de los expositores en el XIII Tianguis México 88, tendrán las siguientes dimensiones.

Local tipo "A"	Medidas: 2.44 mts. (frente) x 2.44 mts. (fondo), total 5.95 m ² superficie
Local tipo "B"	Medidas: 3.66 mts. (frente) x 2.44 mts. (fondo), total 8.93 m ² superficie
Local tipo "C"	Medidas: 4.88 mts. (frente) x 2.44 mts. (fondo), total 11.90 m ² superficie

Adicionalmente, existen los espacios denominados "D", que son variables en sus dimensiones por ser el ajuste constructivo y que por lo mismo sólo se asignarán en circunstancias especiales, a solicitud de los expositores.

CAPITULO III — CUOTAS DE PARTICIPACION

ARTICULO 5º. Las cuotas de participación serán destinadas al financiamiento del evento.

ARTICULO 6º. En los locales tipo "A" y "B" el expositor tendrá derecho a registrar a dos personas sin costo adicional y a otras dos personas complementarias; en el caso de los locales tipo "C", serán 3 y 3. Las complementarias deberán cubrir una cuota de recuperación de \$230,000.00 (DOSCIENTOS TREINTA MIL PESOS 00/100 M.N.), por cada una.

Para los locales tipo "A" y "B" si el expositor requiere de más de cuatro personas, deberá de contratar local o locales adicionales que le sean necesarios. Para el caso del local "C", si el expositor requiere de más de 6 personas, de igual forma deberá contratar locales adicionales.

ARTICULO 7°. El costo de los locales tipo "D" va en relación directa al área que tienen éstos en superficie, considerando la cantidad a cubrir por metro cuadrado de los locales tipo "A". Para los locales de esta modalidad se tendrá derecho a registrar a un expositor sin costo adicional y a uno complementario, éste con el costo ya señalado en el artículo anterior.

ARTICULO 8°. Las personas interesadas en participar en el Tianguis sin carácter de expositor podrán hacerlo mediante una cuota de recuperación de \$730,000.00 (SETECIENTOS TREINTA MIL PESOS 00/100 M.N.).

ARTICULO 9°. A los representantes de compañías turísticas extranjeras que deseen participar en las negociaciones del Tianguis, sin el carácter de invitados, no podrán hacerlo como expositores; serán considerados Participantes Internacionales y deberán cubrir una cuota de recuperación de \$1'495,000.00 (UN MILLON CUATROCIENTOS NOVENTA Y CINCO MIL PESOS 00/100 M.N.), por cada una.

CAPITULO IV — REGISTRO DE EXPOSITORES Y PARTICIPANTES.

ARTICULO 10°. El registro definitivo para los expositores, expositores complementarios, participantes nacionales no expositores y participantes internacionales se hará en el módulo de "Registro de Expositores" que se instale en el lugar sede del evento, en los siguientes horarios:

jueves 2 de junio de	9:00 a 18:00 Hrs.
viernes 3 de junio de	9:00 a 18:00 Hrs.
sabado 4 de junio de	9:00 a 20:00 Hrs.
domingo 5 de junio de	9:00 a 16:00 Hrs.

ARTICULO 11°. Los expositores, expositores complementarios, participantes nacionales no expositores y participantes internacionales tendrán derecho a participar en todos los eventos del programa oficial, a un portafolios con el material informativo necesario, un gafete de identificación personal para tener libre acceso al área de exposición y al uso de los vehículos que se proporcionarán para la transportación entre los establecimientos de hospedaje que están participando en el evento oficialmente y el lugar sede del Tianguis.

CAPITULO V — MATERIAL DE LOS EXPOSITORES

ARTICULO 12°. El(los) material(es) propiedad del expositor, requerido(s) para la instalación del(de los) local(es), será(n) manejado(s) por su cuenta y riesgo.

ARTICULO 13°. Los materiales decorativos de los expositores para el montaje deberán introducirse al área de exposición a través del acceso para este efecto, denominada "Puerta 5" del Salón Chichen Itzá del Centro Internacional Acapulco. Este material deberá ser inventariado por el expositor en las formas de control de entrada y salida de equipo del área de exposición, que previamente les hayan sido entregadas por el representante de la Secretaría de Turismo. Todo material inventariado deberá ser co-tejado con el formato original —quedando en su poder la copia—, la cual deberá ser supervisada por el Responsable de Seguridad del Centro Internacional de Acapulco, y firmada de visto bueno por el responsable a cargo.

ARTICULO 14°. Con el propósito de ofrecer una imagen positiva de la oferta turística nacional, es conveniente que los expositores utilicen materiales promocionales, tales como folletos, carteles, documentación impresa y precios y tarifas, información sobre paquetes y los expositores deberán procurar contar con el personal capacitado que domine el idioma inglés y con autoridad para tomar decisiones y cerrar operaciones comerciales; se recomienda enfáticamente no sólo llevar tarjetas de presentación para hacer contactos, sino ir preparados con ofertas específicas para vender ahí mismo, lo cual es el propósito fundamental del evento.

CAPITULO VI — REQUERIMIENTOS ESPECIALES DE MONTAJE O INSTALACIONES

ARTICULO 15°. En caso de que el expositor desee colocar otra alfombra en su(s) local(es), la original deberá quedar bajo la de su propiedad.

ARTICULO 16°. Queda prohibido a los expositores la introducción o instalación en el área de exposición de equipos que requieran gas, así como de líquidos inflamables; colocar, atornillar, taladrar objetos en el suelo, muros o columnas, o colocar anuncios o letreros en cualquier otra parte que no sea dentro del espacio contratado.

En caso de que el expositor cause algún perjuicio a las instalaciones, material o equipo de la Secretaría de Turismo o del Centro Internacional Acapulco, deberá liquidar la reparación o reposición correspondiente.

ARTICULO 17°. En caso de que se requiera una instalación eléctrica especial, el expositor deberá hacer la solicitud por escrito antes del 30 de abril de 1988 a la Secretaría de Turismo, quedando a cargo de ésta última la supervisión y vigilancia de la instalación. Los cargos correspondientes correrán por cuenta del expositor.

ARTICULO 18°. La solicitud de instalación de extensiones telefónicas en los locales deberá hacerse directamente por el expositor al Gerente Operativo de Servicios del Centro Internacional Acapulco, quedando sujetas a la disponibilidad de troncales con que se cuente. La solicitud deberá ser hecha por lo menos 30 días antes del evento.

CAPITULO VII — HORARIO DE EXPOSICION

ARTICULO 20°. Los horarios de exposición el XIII Tianguis México 88 serán los siguientes:

domingo 5 de junio de	18:00 a 20:30 Hrs.
lunes 6 de junio de	09:00 a 17:30 Hrs.
martes 7 de junio de	09:00 a 17:30 Hrs.
miércoles 8 de junio de	09:00 a 17:30 Hrs.

CAPITULO VIII — OBLIGACIONES DE LOS EXPOSITORES.

ARTICULO 21°. La limpieza de cada local será de la incumbencia directa de cada expositor, quién podrá contratar servicios especiales para tal efecto, con el Centro Internacional Acapulco o la empresa contratada, previa notificación a la Secretaría de Turismo.

ARTICULO 22°. Los expositores podrán realizar contratos de venta de los productos materiales que expongan, no la venta directa de los mismos.

ARTICULO 23°. Queda prohibida la presentación de grupos musicales para el área de exposición excepto el domingo 5 de junio y los expositores tendrán cuidado de que el volumen de los equipos de sonido que utilicen en sus locales no perturbe a los demás expositores.

ARTICULO 24°. La entrada al área de exposición será mostrando el gafete o pase de cortesía correspondiente; tienen prohibido el ingreso los menores de edad, salvo casos excepcionales y expresamente autorizados por la Secretaría de Turismo.

CAPITULO IX — SERVICIOS A LOS EXPOSITORES

ARTICULO 25°. Con el propósito de dar a conocer a los asistentes los nombres y ubicaciones de los expositores, se contará con un Directorio en el que se enlistará el nombre de cada expositor y el número del(de los) local(es) que ocupa(n).

ARTICULO 26°. Dentro del área de exposición se colocarán carteles de señalización con flechas direccionales, que indicarán la forma de visitar los locales y localizar los servicios. Para circular en el área de exposición, las personas deberán portar el gafete que los acredita como participantes en el evento, o en su caso, el pase de cortesía del día que corresponda.

ARTICULO 27°. Se proporcionará a los expositores los servicios de recepcionistas bilingües en inglés-español, quienes informarán a los asistentes al Tianguis sobre la mejor manera de visitarlo, así como la ubicación de los locales de los expositores para su rápida localización.

ARTICULO 28°. Se pondrá a disposición de los expositores el Auditorio Cholula, dentro del área de exposición, con un cupo para 250 personas, donde podrán programarse exhibiciones de audiovisuales. Su utilización deberá ser solicitada por escrito a la Secretaría de Turismo a más tardar el día 30 de abril de 1988, incluyendo especificaciones detalladas del material a utilizar, así como el contenido de la presentación. El material que se presente deberá ser aprobado por la Secretaría de Turismo.

ARTICULO 29°. Fuera de los horarios de montaje, desmontaje y de exposición, las áreas quedarán bajo la vigilancia de elementos de seguridad del local sede del Tianguis, sin que se permita el acceso a persona alguna.

ARTICULO 30°. El área de exposición contará con un sólo acceso principal de entrada y salida de participantes. Existirán cuatro salidas de emergencia, localizadas en el plano de distribución de locales del Tianguis.

ARTICULO 31°. La limpieza de las zonas generales y comunes del área de exposición será realizada diariamente por personal especializado, contratado por la Secretaría de Turismo.

ARTICULO 32°. Como un servicio más del Tianguis, nuevamente se pondrá en operación el programa de citas preestablecidas entre invitados y expositores incorporado el año pasado, con el fin de que todos logren el máximo provecho en la comercialización de sus productos y servicios turísticos.

Este programa establece citas cada 15 minutos, que pueden ser continuas para los expositores y alternadas para los invitados, según las solicitadas por éstos últimos.

Las citas solicitadas por los expositores serán dadas a conocer a los invitados, pero sólo serán agendadas si éstos las ratifican.

Las citas perdidas por los invitados serán automáticamente otorgadas en el máximo número posible y los expositores no sólo deberán comprometerse a cumplirlas, ya que esto opera en su propio beneficio, sino a reportar de inmediato cualquier incumplimiento por parte de los invitados en este sentido.

CAPITULO X — CONCURSO DE EXPOSITORES

ARTICULO 33°. Con el propósito de motivar la atractiva instalación de los locales y la labor que desarrollen los expositores, se celebrará un concurso que abarcará las siguientes categorías:

- TRANSPORTISTAS
- ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE
- AGENCIAS DE VIAJES
- DIVERSOS

ARTICULO 34°. Para el otorgamiento de los reconocimientos que en cada caso corresponda, se tomarán en consideración las características de presentación de los locales, el material utilizado, difundido y distribuido, la labor de ventas y el profesionalismo de las personas que atendieron los locales. El Jurado estará integrado por los presidentes de las asociaciones y cámaras turísticas nacionales y será totalmente autónomo. Su fallo es inapelable.

CAPITULO XI — CONOCIMIENTO DEL REGLAMENTO

ARTICULO 35°. Es obligación de todos los expositores conocer y respetar el presente reglamento, así como hacerlo del conocimiento del personal regular y complementario de los locales y de las personas que auxilien en la instalación y decoración de los mismos.

Cualquier caso no previsto en este reglamento, la Secretaría de Turismo procurará resolverlo en base a los mejores intereses del evento y sus objetivos.

La reglamentación de Expo-venta '89 presenta un sentido práctico, fruto de la amplia experiencia de sus organizadores; particularmente muestra las siguientes características que lo distinguen:

- Objetivos a manera de disposiciones generales.
- Especifica que es parte integrante del Contrato.
- Toma en cuenta diversos aspectos de seguridad.
- Deslinda responsabilidades.
- Solicita al expositor que haga extensivo su seguro durante el evento.
- Detalla ampliamente lo que se puede y no hacer dentro del módulo y áreas comunes.
- Umite las dimensiones de los stands, dejando esto para otro documento especial anexo.
- Presenta redacción y estructura oficiales.
- Hace énfasis mediante el subrayado.

Comprende 54 artículos, lo que lo hace amplio y muy completo, acorde con la naturaleza del evento, y es presentado en 3 hojas tamaño oficio.

Veamos una copia del mismo.

Art. 10.- Entenderemos por personal de servicio a todas aquellas personas que durante el Evento desempeñen labores de control, comunicación, orden, limpieza y aseo.

Art. 10 Bis.- Para los efectos de este Reglamento, los conceptos de: "LA CAMARA", "EL EXPOSITOR", "EL COMITE" y "EL MODULO", serán en los mismos términos que se entendieron en el Contrato correspondiente, es decir, el mencionado en el Art. 2.

MONTAJE Y CARACTERISTICAS DE LOS MODULOS

Art. 11.- Los Módulos serán entregados a los Expositores, para que efectúen sus trabajos de instalación, tres días antes del inicio del Evento, de acuerdo al orden establecido por "EL COMITE" y acatando el horario fijado por el Art. 13 de este Reglamento.

Art. 12.- Para tomar posesión de "EL MODULO" será necesario que "EL EXPOSITOR" presente el Contrato y recibo de pago total correspondiente, mismos que serán expedidos por "EL COMITE", en caso contrario no se entregará la Posesión.

Art. 13.- "EL EXPOSITOR" por si, con personal de su empresa o cualquier otro que él contrate, podrá ingresar a "EL MODULO" los materiales y artículos necesarios para la decoración del mismo, así como las muestras a exhibir; estas actividades las realizará durante los tres días anteriores a la inauguración del Evento, sujetándose al horario de las 8:00 a las 22:00 horas.

Art. 14.- Conforme los Expositores lleguen al lugar del Evento con el objeto de montar su exposición, deberán reportarse al COMITE ORGANIZADOR con el fin de recabar la ficha y gafete (decoración y/o montaje) de ingreso a las instalaciones.

Art. 15.- Durante los días destinados al montaje y desmontaje, dentro del horario establecido por el Artículo 13 de este Reglamento, los Expositores deberán estar al pendiente de sus pertenencias, siendo responsables absolutos en cuanto a la seguridad de las mismas.

De las 22:00 a las 9:00 horas de todos los días de la Exposición "EL COMITE" establecerá el sistema de vigilancia que garantice la seguridad del contenido de la Exposición, horario durante el cual no podrá permanecer ninguna persona representante de los Expositores, o ellos mismos.

Si por causas de fuerza mayor, algún Expositor requiere permanecer en su Módulo lo después de las 22:00 horas, deberá recabar autorización por escrito de "EL COMITE".

Art. 16.- "EL EXPOSITOR" deberá terminar totalmente los trabajos de decoración y exhibición de sus productos, a más tardar a las 22:00 horas del día 31 de octubre de 1989.

Art. 17.- Los Módulos constarán únicamente de los elementos que físicamente los limiten.

Las divisiones estarán formadas por mamparas, utilizando las necesarias para delimitar "EL MODULO" correspondiente; "EL COMITE" dejará abiertos los frentes que considere necesarios para la mejor exhibición de los productos. A cada Módulo se dotará de una salida de electricidad para un contacto doble con una capacidad de hasta 750 watts. En el supuesto de que "EL EXPOSITOR" requiera de un mayor consumo de energía eléctrica, deberá solicitar a "EL COMITE" autorización con un mínimo de treinta días anteriores al inicio del Evento, quien en su caso se encargará de resolver dicha petición; al efecto, quien solicite tal servicio cubrirá en su totalidad los gastos originados.

Art. 18.- "EL COMITE" rotulará en un lugar visible de "EL MODULO" los datos del número correspondiente al mismo y la razón social de "EL EXPOSITOR", esto para una mejor identificación por parte de los compradores. En el caso de que "EL EXPOSITOR" no esté de acuerdo con la rotulación referida, previa autorización de "EL COMITE", realizará la que se ajuste a sus necesidades.

" REGLAMENTO DE EXPO VENTA 89 "

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Por estar enmarcado dentro de la Ley de las Cámaras de Comercio y de las de Industria, así como en los Estatutos correspondientes, las Cámaras de Comercio tienen como objetivos y fines, entre otros, fomentar el desarrollo del comercio; promover y estimular la actividad económica y mercantil de provecho común dentro de su jurisdicción; unificar usos, costumbres y prácticas mercantiles, mejorándolas de continuo; y, organizar Ferias Locales o Regionales como atracción para el Turismo y para el incremento de las transacciones comerciales. Por ello, la Cámara Nacional de Comercio de Guadalajara ha tenido a bien organizar y llevar a cabo la "EXPO VENTA 89", misma que se desarrollará del 1 al 12 de noviembre de 1989, dentro de las instalaciones del Centro de Ferias y Exposiciones "EXPO GUADALAJARA", con domicilio en el cruce de las Avenidas Mariano Otero y de Las Rosas de esta Ciudad.

Art. 2.- Este Reglamento tiene como objetivo establecer todas las disposiciones relacionadas con la organización, celebración y participación en "EXPO VENTA 89"; por tal motivo, pasa a formar parte integrante del Contrato número _____ que suscribieron _____ representado(a) por _____ y la Cámara Nacional de Comercio de Guadalajara, representada por el SR. J. AMADO ANTON LOZANO, Director Adjunto de la propia Cámara.

Art. 3.- Toda persona Física o Moral que tenga celebrado Contrato para la participación en el Evento "EXPO-VENTA-89", se sujetará a las disposiciones contenidas en este Reglamento, y en su caso, a las que determine "EL COMITE".

Art. 4.- En todo lo no previsto por este Reglamento o el Contrato correspondiente, así como, cuando exista duda respecto a la interpretación de éstos, "EL EXPOSITOR" se sujetará a las disposiciones que en su caso establezca "EL COMITE", sin que para el efecto pueda impugnar sus determinaciones.

Art. 5.- "EL EXPOSITOR" con el objeto de protegerse en todo lo inherente a su participación en "EXPO VENTA 89", por los daños que pueda ocasionar al inmueble de "EXPO GUADALAJARA", así como en las personas que asistan, se compromete a hacer extensivo el seguro que tenga contratado para su empresa, durante el tiempo que dure el Evento, a las actividades que como tal desarrolle con su participación.

DE LOS PARTICIPANTES

Art. 6.- Se considera como Expositor a toda aquella persona Física o Moral que mediante la firma del Contrato y el pago respectivo a "EL COMITE", haya adquirido el derecho de uso temporal de "EL MODULO" ("LOS MODULOS") señalados(s) en el Contrato correspondiente.

Art. 7.- Se consideran como visitantes a todas aquellas personas Físicas que por sí o en representación de una Empresa concurren al Evento a comprar los productos expuestos.

Art. 8.- "EL COMITE" son todas aquellas personas, afiliadas y funcionarios de "LA CAMARA", bajo cuya responsabilidad está la organización y buen funcionamiento del Evento motivo de este Reglamento.

Art. 9.- Los invitados de honor serán todas aquellas personas a quienes "EL COMITE" o "LA CAMARA" les confieran tal distinción.

Art. 19.- Los Expositores podrán utilizar dentro de su Módulo los elementos - que consideren necesarios para dar una mayor presentación de sus productos, - tales como: cuadros, posters, carteles, plantas y flores (naturales y artificiales), pero de ninguna manera les estará permitido pintar, clavar o pegar - sobre las caras de las mamparas, así como, tampoco perforar el piso o pintar paredes o, columnas de la estructura, ni rebasar las dimensiones de su Módulo, la altura permitida es de 3.00 mts., en la inteligencia de que si lo hicieren correrá por su cuenta los daños y perjuicios que se ocasionen, independientemente de que "EL COMITE" podrá rescindir el Contrato obligando a "EL EXPOSITOR" a desalojar "EL MODULO" en un plazo máximo de 24 horas; para este caso - "EL EXPOSITOR" no tendrá derecho de solicitar bonificación alguna.

Art. 20.- "EL COMITE" no proporcionará ningún elemento de exhibición o mobiliario para los Módulos, por lo que "EL EXPOSITOR" deberá aportar su propio material.

De igual forma, "EL COMITE" no proporcionará lugar donde los Expositores puedan guardar cajas, empaques o embalajes de sus artículos.

Art. 21.- Queda prohibido a "EL EXPOSITOR" utilizar, sin autorización escrita de "EL COMITE", materiales de construcción como: tirol, pintura, yeso, aparatos para soldar, etc.

Art. 22.- Dentro del Evento no estará permitido para los Expositores llevar a cabo actos que atenten contra la moral o el correcto desempeño de la Exposición. Para llevar a cabo loterías, rifas, sorteos o actividades similares deberán obtener previamente, autorización escrita de "EL COMITE", y en todo caso están obligados a tramitar el permiso ante la Autoridad competente (Gobernación, Secofi, etc.).

Art. 23.- También queda prohibido cruzar los pasillos o áreas comunes con cables eléctricos o instalaciones que ofrezcan peligro, tanto en el piso como - en la parte superior; colgar o sujetar objetos en la estructura o columnas de "EXPO GUADALAJARA"; y, subirse por la estructura del Centro de Exposiciones - con personal ajeno a este.

Art. 24.- "EL EXPOSITOR" podrá distribuir, exclusivamente dentro de "EL MODULO": folletos, catálogos, propaganda impresa y artículos publicitarios o promocionales. En caso de que "EL EXPOSITOR" desee, con objeto de apoyar su promoción, utilizar medios ópticos y/o acústicos, tendrá como única restricción el que su uso no afecte la operatividad de los demás Expositores, para lo --- cual "EL COMITE" resolverá en tal sentido.

Art. 25.- "EL EXPOSITOR" que desee ofrecer degustaciones a los visitantes, deberá, tener por escrito la autorización correspondiente de "EL COMITE" y la autorización de la empresa conccionaria en alimentos y bebidas, en el Centro de Exposiciones "EXPO GUADALAJARA".

FUNCIONAMIENTO DEL EVENTO

Art. 26.- La Exposición permanecerá abierta de las 10:00 a las 21:00 horas -- del 1 al 12 de noviembre de 1989.

Art. 27.- A cada Expositor se le entregarán cinco gafetes para atender su Módulo, siendo obligatorio el uso de estos durante el Evento. Las personas con -- gafete de Expositor podrán ingresar hasta una hora antes del horario de la -- Exposición.

Art. 28.- Los visitantes podrán ingresar al Evento a partir de las 10:00 horas, retirándose del mismo, como máximo, a las 21:00 horas.

Art. 29.- El Gafete de Comité Organizador lo portarán exclusivamente las personas que forman parte del mismo, por lo que se les deberá guardar la consideración que como responsables del Evento es inherente a su cargo. Tendrán libre acceso a la Exposición a cualquier hora ya que sus actividades así lo requieren.

Art. 30.- El Gafete de Invitado de Honor lo utilizarán aquellas personas que se les haya hecho tal distinción, a quienes se les dará una atención especial por parte de los Expositores y "EL COMITE". El horario que tendrán estos invitados será el oficial de la Exposición

Art. 31.- El Gafete de servicio diurno lo emplearán todas aquellas personas - que directa o indirectamente se encuentren bajo las órdenes de "EL COMITE" y - que sus labores se desempeñen durante el horario del Evento.

Art. 32.- El Gafete de personal de servicio nocturno lo emplearán todas aque-- llas personas que directa o indirectamente se encuentren bajo las de "EL COMI-- TE" y que sus labores las desempeñen de las 20:00 a las 10:00 horas del día -- siguiente.

Art. 33.- El Gafete de decoración y montaje se entregará a todas aquellas per-- sonas que realicen tales labores en los Módulos de los Expositores, haciéndose responsables éstos del comportamiento de las personas a quienes se les entre-- que ese Gafete. Su vigencia será exclusivamente durante los días del montaje - y dentro del horario señalado para el efecto.

Art. 34.- Esta prohibido el ingreso a personas que porten o lleven consigo los siguientes objetos: armas de cualquier tipo, animales y vehículos.

Art. 35.- De las 9:00 a las 21:00 horas, durante los días de Exposición, esta-- rán funcionando las oficinas de "EL COMITE" y será el lugar donde todos los -- Expositores deberán reportar las anomalías o sugerencias que tengan para asegu-- rar el éxito de la Exposición; de igual manera, en este lugar los Expositores recibirán toda clase de información y apoyo a sus necesidades.

Art. 36.- Será obligatoria la presencia de los Expositores en sus respectivos Módulos durante el recorrido inaugural.

SERVICIOS GENERALES

Art. 37.- Es responsabilidad de "EL COMITE" que los pasillos, las áreas comu-- nes de ingreso y recepción y los servicios sanitarios, se presenten durante -- todo el Evento con limpieza.

Art. 38.- El aseo de los Módulos será responsabilidad de "EL EXPOSITOR". La ba-- sura y desperdicios que se originen dentro de los Módulos deberán ser deposita-- dos en los recipientes que para tal efecto se encuentran en los pasillos.

Art. 39.- "EL COMITE" instalará estratégicamente en el ingreso y áreas comunes de la Exposición aparatos telefónicos (tipo alcancia).

Art. 40.- Durante el período de montaje y desmontaje el servicio de vigilancia será de acuerdo a lo señalado en los Artículos 13 y 15 de este Reglamento; du-- rante el período y horario de la Exposición será responsabilidad de "EL EXPO-- SITOR" la vigilancia y seguridad de sus artículos.

Art. 41.- Se tendrá el servicio de voceo para la localización de personas den-- tro de las instalaciones, así como, música ambiental continua. Todo Expositor, comprador o público en general tendrá servicio de información que requiera sobre el Evento e instalaciones de la Exposición.

Art. 42.- "EL COMITE" establecerá en puntos estratégicos y visibles los extin-- tores y equipo contra incendio necesarios para prever cualquier siniestro.

Art. 43.- "EL COMITE" tendrá una área de enfermería y primeros auxilios, con un horario corrido de 9:00 a 21:00 horas durante los días de la Exposición.

Art. 44.- "EXPO VENTA 89" contará dentro de sus instalaciones con el servicio de restaurantes, café y bancos.

Art. 45.- Se tendrán buzones para que depositen los asistentes al Evento las fichas de sugerencias, mismas que "EL COMITE" recogerá cada dos horas con - la finalidad de dar solución inmediata, dentro de lo posible.

DESAMONTAJE Y DEVOLUCION DE LOS MODULOS

Art. 46.- "EL EXPOSITOR" deberá obtener el orden de salida en las oficinas -- de "EL COMITE", posteriormente, pasará a la Caseta de Control para recibir su ficha de desalojo; cumplido lo anterior, podrá retirar de "EL MODULO" los elementos ornamentales, mobiliario, exhibidores, artículos para decoración y productos que él haya utilizado.

Art. 47.- "EL EXPOSITOR" deberá desalojar totalmente su Módulo dentro del horario de las 8:00 a las 22:00 horas del día siguiente en que se clausure la Exposición. Si "EL EXPOSITOR" no entrega "EL MODULO" en la forma y términos señalados será responsable de los daños y perjuicios que ello ocasione; sin perjuicio de que el Comité proceda al retiro de los objetos que en el se encuentren, lo que hará por cuenta y bajo el riesgo del Expositor, procediéndose a su depósito en la dependencia Municipal que corresponda, formulándose un inventario con la presencia de 2 testigos, el que hará prueba plena de los objetos retirados.

RESPONSABILIDADES

Art. 48.- Las muestras, productos, materiales, herramientas, equipo, etc. --- propiedad de "EL EXPOSITOR", (o de sus trabajadores y contratistas) quedará bajo la exclusiva responsabilidad de éste y por lo tanto "EL COMITE" en ningún caso será responsable de pérdida, robo o extravío.

Art. 49.- Los desperfectos, extravíos, pérdidas, daños, etc. que pudiera tener el mobiliario y equipo de "EL EXPOSITOR" durante el montaje y desmontaje de los Módulos, así como, durante el período y horario del Evento, será responsabilidad única y exclusiva de él mismo.

Art. 50.- "EL COMITE" no se hace responsable de los daños y perjuicios que pudieran sufrir los Expositores, y en general, cualquier participante o asistente al Evento, en sus bienes, así como en su persona, sea cualquiera la causa que los origine; al respecto se indica en forma enunciativa y no limitativa: incendio, actos de terrorismo, sismos, inundaciones, alborotos populares, etc.

Art. 51.- "EL EXPOSITOR" con el solo hecho de serlo acepta someterse a las disposiciones del presente Reglamento y conviene que en toda violación a lo estipulado en el mismo será causa suficiente para que "EL COMITE" pueda excluirlo de la Exposición, así como, de las futuras que organice "LA CAMARA". Lo anterior sin perjuicio de que le sean exigidos, en su caso, los daños y perjuicios correspondientes y se haga proceder a la rescisión del Contrato.

Art. 52.- "EL EXPOSITOR" deberá pagar los daños que ocasione al mobiliario e instalaciones de "EXPO VENTA 89", así como, de "EXPO GUADALAJARA". Para tal efecto, "EL COMITE" determinará la cantidad que en todo caso deba cubrir, tomando en cuenta el valor que tengan en el mercado los bienes dañados.

DIVERSOS

Art. 53.- Para garantizar el pago de los daños y perjuicios ocasionados, así como las posibles responsabilidades que le pudieren resultar al Expositor, -- frente a terceros como visitantes, proveedores etc., se obliga a obtener una fianza por la cantidad de

misma que será devuelta al Expositor 60 días después de la clausura del Evento. Conviniéndose expresamente en que la misma deberá ser exhibida al Comité, previamente a tomar posesión del Módulo y que para el caso en que no se cumpla con tal obligación, el Comité estará facultado para no efectuar dicha entrega sin responsabilidad para el Comité, sin tener derecho el Expositor a reembolso alguno.

54.- Las áreas destinadas a estacionamientos están limitadas sólo a vehículos con una capacidad máxima de carga de una tonelada, y no está permitido usarse como lugar de residencia, exhibición, venta de ningún producto o, actividades similares.

"EL COMITE" al igual que "EXPO GUADALAJARA" no se hacen responsables por pérdidas de objetos dejados en el interior de los vehículos localizados en las áreas de estacionamientos o, carga y descarga, ni por los daños causados a estos con motivo de incendio o fenómenos naturales, terremotos, huracanes o, -- cualquier otro hecho de naturaleza análoga.

_____ a _____ de _____ de 19 _____

_____ " EL EXPOSITOR " _____ " CÁMARA " _____

El Reglamento de Expo-mueble lo componen 35 puntos (igual que el Tianguis Turístico), repartidos en 5 partes dentro de igual número de hojas tamaño oficio más una de índice. El impreso y la presentación son excelentes al igual que el estilo de redacción, es por ello que resulta extraño que encontremos faltas de ortografía en el texto.

Como características distintivas podemos mencionar las siguientes:

- Presenta un índice bien estructurado.
- Detalla correctamente los objetivos dividiéndolos en dos partes: de la exposición y del reglamento.
- Prácticamente no omite ningún aspecto relativo a la seguridad del evento (no menciona el seguro, pero Expo-mueble compra uno para toda la exposición).
- En forma general menciona las mismas normas que los dos reglamentos anteriores, sólo que es más específico en sus puntos.

Se muestra a continuación una copia del reglamento.



Expo Mueble

Asociación de Fabricantes de Muebles de Guatemala, S.C.

Nº 968

INDICE DEL REGLAMENTO

1.- OBJETIVOS

- 1.1. Objetivos de la Exposición
- 1.2. Objetivos del Reglamento

2.- PARTICIPANTES

- 2.1. Expositores
- 2.2. Compradores
- 2.3. Visitantes
- 2.4. Comité Organizador
- 2.5. Invitados de Honor
- 2.6. Personal de Servicio

3.- FORTAJE

- 3.1. Entrega del (los) Stand (s)
- 3.2. Constancia de Pago
- 3.3. Gastos de Muestras y Material de Decoración
- 3.4. Mecánica de Ingreso
- 3.5. Seguridad y Vigilancia
- 3.6. Terminación de Montaje

4.- STAND(S)

- 4.1. Características
- 4.2. Botones
- 4.3. Elementos Ornamentales
- 4.4. Elementos de Exhibición y Mobiliario
- 4.5. Recolección de Pisos
- 4.6. Materiales
- 4.7. Demostraciones
- 4.8. Publicidad
- 4.9. Atención a Compradores

5.- FUNCIONAMIENTO

- 5.1. Horarios de la Exposición
- 5.2. Gafetes y Horarios Especiales
 - 5.2.1. Expositores
 - 5.2.2. Compradores
 - 5.2.3. Visitantes
 - 5.2.4. Comité Organizador
 - 5.2.5. Invitados de honor
 - 5.2.6. Personal de Servicio Diurno
 - 5.2.7. Personal de Servicio Nocturno
 - 5.2.8. Decoración y Montaje
- 5.3. Control de Ingreso
- 5.4. Oficinas de la Exposición

6.- SERVICIOS GENERALES

- 6.1. Energía Eléctrica
- 6.2. Aseo y Limpieza de Areas Generales
- 6.3. Aseo y Limpieza de los Stand(s)
- 6.4. Servicio Telefónico
- 6.5. Vigilancia
- 6.6. Condo-Voces
- 6.7. Información
- 6.8. Extinguidores
- 6.9. Enfermería
- 6.10. Buzón de Quejas y Sugerencias
- 6.11. Directorio de Expositores
- 6.12. Directorio de Compradores
- 6.13. Servicios Colaterales
 - 6.13.1. Alimentos y Bebidas
 - 6.13.2. Agencia de Viajes
 - 6.13.3. Bancos

7.- DESPORTE/ATC

- 7.1. Decodificación de Stand
- 7.2. Despedidos
- 7.3. Servicio de Mobiliario

8.- RESPONSABILIDADES

- 8.1. Control
- 8.2. Mobiliario
- 8.3. De Fuerza de Mayor

9.- DIVERSOS

- 9.1. Exposiciones Colaterales
- 9.2. Recorrido Inaugural
- 9.3. Solificaciones al Parlamento
- 9.4. Casos Imprevistos
- 9.5. Aceptación del Reglamento

1.- OBJETIVOS**1.1. OBJETIVOS DE LA EXPOSICION**

EXPO. MUEBLE. La Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco, A.C., promotora y organizadora de este evento, se ha fijado como objetivo central dentro del marco Expo Guadalajara a los Fabricantes de Muebles y/o Clientes para Regalos y/o Provedores de la Industria Mueblera con la finalidad de exhibir su mercancías y distribuidores los avances, la tecnología y la moda para el año en curso, además mostrar un panorama general de la Industria que les permita programar sus compras mediante un más amplio conocimiento de nuevos modelos o líneas de muebles, regalos y proceduria de la Industria Mueblera elaborados por fabricantes nacionales.

1.2. OBJETIVOS DEL PUEBLO

La finalidad del presente Reglamento es, establecer una mecánica operativa que regule el buen funcionamiento de la Exposición, garantizando a todos los involucrados el respeto a sus derechos y cumplimiento de las obligaciones de la otra parte.

2.- PARTICIPANTES**2.1. EXPOSITORES**

Se considera como EXPOSITORES a toda persona física o moral que mediante la Firma del Contrato y pago respectivo a la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco, A.C. haya adquirido el derecho de uso del (los) Stand(s) señalados en dicho Contrato.

2.2. COMPRADORES

Se considera como COMPRADORES a las personas físicas que por si e en representación de su empresa concurren a este evento con el objetivo de comprar los productos expuestos, debiendo registrar en el ingreso los datos propios y de la compañía que representan.

2.3. VISITANTES

Se considera como VISITANTES a toda persona distinta a las señaladas en los puntos 2.1. y 2.2.

2.4. COMITE ORGANIZADOR

Son todas aquellas personas socios y funcionarios de la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco, A.C., bajo cuya responsabilidad está la organización y el buen funcionamiento de este evento.

2.5. INVITADOS DE HONOR

Serán todas aquellas personas a quienes el Comité Organizador o Expo Mochito ó el Consejo de la Asociación de Fabricantes de Mochito de México, A.C., les conferan tal distinción.

2.6. PERSONAL DE SERVICIO

Son todas aquellas personas que durante el Evento, desempeñen labores de control, comunicación, orden, limpieza y aseo.

3.- MONTAJE

3.1. ENTREGA DEL (LOS) STAND (S)

FECHA DE ENTREGA.- Los espacios serán entregados a los Expositores para que efectúen sus trabajos de instalación 3 días antes del inicio del evento (7:00 a.m.)

3.2. CONSTANCIA DE PAGO

Para tomar posesión de su Stand, será necesario que el Expositor, presente el Contrato y Recibo de pago total correspondiente al Stand, expedidos por el Comité Organizador, así como el recibo de pago de publicidad en el directorio y otros medios contratados.

3.3. INGRESO DE MUESTRAS Y MATERIAL DE DECORACION

El Expositor por sí, por personal de su empresa ó por cualquier otra persona por él contratada podrá ingresar a su(s) Stand(s) los materiales y artículos necesarios para su decoración, así como las muestras a exhibir durante los 3 días anteriores a la inauguración del evento dentro del horario de las 7:00 a 22:00 horas.

3.4. MECANICA DE INGRESO

Conforme los Expositores lleguen al lugar del evento con objeto de montar su Exposición, deberán reportarse a la Caseta de Control a efecto de recabar la ficha y gafete (decoración y/o montaje) de ingreso a las instalaciones.

3.5. SEGURIDAD Y VIGILANCIA

Durante los tres días destinados al montaje, de las 7:00 a las 22:00 horas, los expositores deberán estar al pendiente de sus pertenencias siendo responsables en su totalidad de la seguridad de las mismas.

de las 22:00 horas del día siguiente el Comité Organizador establecerá el sistema de vigilancia que garantice la seguridad del Contenido de la Exposición horario durante el cual no podrá permanecer ninguna persona de parte de los Expositores.

Si por causas de fuerza mayor algún expositor requiriera permanecer en su Stand después de las 22:00 horas, deberá recibir autorización por escrito del Comité Organizador.

3.6. TERMINACION DE MONTAJE

El Expositor deberá terminar totalmente sus trabajos de decoración y exhibición de sus productos 12 horas antes del inicio oficial de la Exposición.

4.- STAND (S)

4.1. CARACTERISTICAS

Los Stand constarán únicamente de los elementos que los limitarán físicamente.

Los límites estarán señalados con cinta Masquiten; en caso de que el Expositor lo solicite la divisiones se hacen con mamparas, utilizando las necesarias para delimitar el Stand correspondiente de una, abierto los frentes que el Comité Organizador considere necesarios para la mejor exhibición de las muestras. El Área de piso del Stand, se entregará totalmente alfombrada, además se dotará a cada Stand de una salida de electricidad para un contacto triple con una capacidad de hasta 750 Watts por cada tipo (11,200 mts²). Si el expositor requiere de un mayor consumo deberá solicitarlo con un mínimo de 20 días de anticipación y cubrir el costo de la diferencia correspondiente.

4.2. ETIQUETAS

El Comité Organizador, colocará en un lugar visible de cada Stand los datos del número de Stand, Razón Social del expositor, y lugar de origen, este para una mejor identificación por parte de los compradores y visitantes.

4.3. ELEMENTOS OPMENENTALES

Los Expositores podrán utilizar dentro de los Stands, los elementos que consideren necesarios, tales como cuadros, posters, carteles, plantas, y flores (naturales o artificiales), pero de ninguna manera les estará permitido pintar, clavar o pegar sobre las caras de las mamparas, ni el uso de tablaron, así como tampoco perforar el piso o cortar la alfombra o pintar paredes o columnas de la estructura, ni rebasar las dimensiones de su Stand, en la inteligencia de que si lo hicieren serán por su cuenta los daños o perjuicios correspondientes, en cuanto a diseño de los Stands, estarán condicionados a no entorpecer enteramente la movilidad de los expositores

circunvecinos, con relación a la altura se permite un máximo de 5.5 mts.

4.4. ELEMENTOS DE EXHIBICION Y MOBILIARIO

El Comité Organizador de "EXPO MUEBLE" no proporcionará ningún elemento de exhibición o mobiliario para los Stands, por lo que el Expositor deberá aportar su propio material, cuidando no invadir áreas de tránsito o servicio.

4.5. RECUBRIMIENTOS DE PISO

Si el expositor lo deseara podrá cubrir la alfombra con el material que mejor le convenga siempre y cuando ello no implique daño o deterioro para la misma.

4.6. MATERIALES

Queda prohibido al Expositor utilizar materiales de construcción, pintura, tirol, yeso, aparatos para soldar, etc., sin la autorización expresa y escrita del Comité Organizador.

4.7. DEMOSTRACIONES

Dentro de "EXPO MUEBLE" no estará permitido para los expositores, llevar a cabo actos que atenten contra la moral o el correcto desempeño de la exposición, queda así mismo prohibido realizar lotería, rifas, sorteos o actividades similares dentro del local de la Exposición.

4.8. PUBLICIDAD

El Expositor podrá distribuir, exclusivamente dentro de su Stand folletos, catálogos y propaganda impresa y artículos publicitarios o promocionales.

En caso de que el Expositor desee, con objeto de apoyar su promoción utilizar medios ópticos y/o acústicos tendrá como única restricción el que su uso no afecte la operatividad de los demás Expositores, aceptando para este efecto el Juicio del Comité Organizador.

4.9. ATENCION A COMPRADORES

El Expositor previa autorización del Comité Organizador podrá obsequiar a sus Compradores alimentos y bebidas de moderación, teniendo como única limitación el que dicho servicio se haga con la ponderación que requiere el no permitir llegar a excesos que provoquen situaciones desagradables.

En el eventual caso de que en un Stand se suscitara problemas por lo señalado en el párrafo anterior, el Comité Organizador retirará la Autorización para el servicio aquí descrito, al expositor correspondiente.

5.- FUNCIONAMIENTO

5.1. HORARIOS DE LA EXPOSICION

La Exposición permanecerá abierta de las 10:00 a las 20:00 horas los días señalados en el Contrato.

5.2. GAJETES Y HORARIOS ESPECIALES

5.2.1. EXPOSITORES

A cada expositor se le entregarán los gafetes necesarios para atender su Stand, siendo obligatorio su uso durante el evento.

Las personas con gafetes de Expositor podrán ingresar 1 hora antes y salir 1 hora después del horario de la Exposición.

5.2.2. COMPRADORES

Todas las personas que con este carácter se registren al ingreso de la Exposición se les entregará un Gafete que les permitirá el acceso a Expo Huelbe dentro del horario de la Exposición.

5.2.3. VISITANTES

Se otorgará gafete de Visitante a las personas que sin ser expositor ni comprador tengan interés en conocer la Exposición.

El horario para visitantes será de las 10:00 a las 14:00 horas, exclusivamente el domingo.

5.2.4. COMITE ORGANIZADOR

El gafete de Comité Organizador lo portarán exclusivamente las personas que forman parte del mismo, por lo que deberán guardarles consideración que como responsables de este evento son inherentes a su cargo.

Tendrán libre acceso a la exposición en cualquier hora y momento ya que sus responsabilidades así lo requieren.

5.2.5. INVITADOS DE HONOR

Portarán este gafete las personas a quienes se les haya distinguido como Invitados de Honor, debiendo atenderseles de una manera especial por parte de Expositores y Comité Organizador.

El horario para invitados de honor será el oficial de la exposición.

5.2.6. PERSONAL DE SERVICIO DIURNO

El gafete de Personal de Servicio Diurno lo emplearán todas aquellas personas que directa o indirectamente se encuentren bajo las órdenes del Comité Organizador y que sus labores se desempeñen durante el horario del evento.

5.2.7. PERSONAL DE SERVICIO NOCTURNO

El gafete de Personal de Servicio Nocturno lo emplearán todas aquellas personas que directa ó indirectamente se encuentren bajo las ordenes del Comité Organizador, y que sus labores se desempeñen de las 20:00 a las 10:00 horas del día siguiente.

5.2.8. DECORACION Y MONTAJE

Este gafete se entregará a las personas que vayan a hacer labores de decoración y montaje a los Stands de los Expositores, haciéndose responsables estos del compartimiento de las personas a quienes se les entregue este gafete.

La vigencia de este gafete será exclusivamente durante los días del montaje y desmontaje y dentro del horario señalado para tal efecto.

5.3. CONTROL DE INGRESO

Ingresarán al área de Exposición exclusivamente personas acreditadas con gafete en cualquiera de sus modalidades.

Las personas que lleven consigo cualquier equipo fotográfico deberá depositarlo en las oficinas, en caso de que algún expositor desee tomar fotografías de sus productos o Stand, hacerlo de las 20 a las 21 horas los días de la exposición bajo la vigilancia de la persona que el Comité Organizador asigne, no se permitirá el ingreso a menores de 12 años, igualmente está vetado el ingreso a personas que porten o lleven consigo los siguientes objetos: armas, de cualquier tipo, animales o vehículos de cualquier tipo.

5.4. OFICINAS DE LA EXPOSICION

De las 9:00 a las 21:00 horas, durante los días de la exposición estarán funcionando las oficinas y será el lugar donde todos los Expositores deberán reportar las anomalías ó sugerencias que tengan para asegurar el éxito de la exposición. Así mismo en este lugar los expositores recibirán todo tipo de información y apoyo a sus necesidades.

6.- SERVICIOS GENERALES

6.1. ENERGIA ELÉCTRICA

El Comité Organizador de acuerdo a lo establecido en el punto Nº 4.1. suministrará energía a los expositores, en el eventual caso de que la demanda de dicho servicio exceda a lo contratado, el Comité Organizador podrá sin ninguna responsabilidad tomar las medidas necesarias a efecto de que se reduzca el consumo de la energía eléctrica a lo contratado.

6.2. ASIDO Y LIMPIEZA

Es responsabilidad del Comité Organizador el que los pasillos, las áreas comunes, los servicios sanitarios, áreas de ingreso y recepción presenten durante todo el evento aspecto de pulcritud y limpieza.

Serán colocados estratégicamente en toda el área del evento, recipientes para depositar la basura, los cuales serán desalojados con la frecuencia que se requiera.

6.3. ASEO Y LIMPIEZA DE LOS STANDS

El aseo y la limpieza de los Stands, será responsabilidad del Expositor. La basura y desperdicios que se originen dentro de los Stands, deberán ser depositados en los recipientes que se encuentren en los pasillos para tal efecto.

6.4. SERVICIO TELEFÓNICO

Dentro de las instalaciones se encuentran localizados estratégicamente en el ingreso y áreas comunes de la exposición los suficientes aparatos telefónicos. (Tipo Alemania).

6.5. VIGILANCIA

Durante el período de montaje y desmontaje el servicio de vigilancia será de acuerdo a lo señalado en el punto 4.5, y en el 7.1., durante el período de la exposición de las 08:00 a las 21:00 horas será responsabilidad del Expositor y la custodia y seguridad de sus artículos y de las 21:00 a las 24:00 horas del día siguiente el Comité Organizador prestará dicho servicio.

6.6. SERVICIO VOCCO

Se tendrá para casos de emergencia el servicio de vocco, así como música ambiental continua.

6.7. INFORMACIÓN

Todo Expositor, Organizador y Público en general, tendrá para su apoyo el servicio de información que proporcione sobre el evento e instalaciones de la exposición.

6.8. EMERGENCIAS

El Comité Organizador establecerá en puntos estratégicos y visibles los señalamientos y equipo contra incendio necesarios para preveer cualquier suceso.

6.9. ENTRENAMIENTO

Tendrá un Área de Entrenamiento y Primeros Auxilios con un horario completo de 08:00 a 21:00 horas durante los días de exposición.

6.10 BUZON DE QUEJAS Y SUGERENCIAS

Se tendrán buzones para que depositen los asistentes al evento las fichas respectivas, mismas que el Comité Organizador recogerá cada 2 horas con la finalidad de dar solución inmediata.

6.11. DIRECTORIO DE EXPOSITORES

A todos los Expositores y Compradores al momento de inscribirse se les entregará en forma gratuita el Directorio de Expositores con la siguiente clasificación.:

Información General
Empresas por Orden Alfabético.
Empresas por Número de Stands
Empresas por tipo de Mueble o Productos que
Fabrican
Plano general de exposición
Anuncio pagados en Sección de Color insertados
en el Directorio a páginas completas

6.12 DIRECTORIO DE COMPRADORES

Posteriormente el Comité Organizador hará llegar a los expositores, que lo soliciten el Directorio de Compradores que asistieron a la Exposición, con un costo de recuperación.

6.13. SERVICIOS COLATERALES

6.13.1. ALIMENTOS Y BEBIDAS

EXPO MUEBLE contará dentro de sus instalaciones con el servicio de Restaurante, Café y Bar.

6.13.2. AGENCIA DE VIAJES

Dentro de las instalaciones, EXPO MUEBLE tendrá Servicio de Agencia de Viajes.

6.13.3. BANCO

Se contará con una sucursal Bancaria para agilizar y/o apoyar las operaciones financieras que lo requieran.

7.- DESMONTAJE

7.1. DEVOLUCION DE STAND

El Expositor deberá desmontar totalmente el Stand dentro del siguiente horario: de las 12:00 a las 2:00 horas del día siguiente de la Clausura de la Exposición. El Expositor que no entregue el Stand en la forma y términos señalados será responsable de los gastos o perjuicios que ello ocasione y por su parte el Comité Organizador de "EXPO MUEBLE" no tendrá responsabilidad alguna en relación a las pérdidas o daños que sufran los artículos y objetos de aseo que permanezcan en el local de la exposición con posterioridad a la hora y fecha señalados en este punto.

En Caso de que el Comité Organizador lo considere conveniente, podrá retirar

de los expositores, el adaptarse a las necesidades del Expositor en el lugar que le fuere designado, y el ser responsable del daño, extravío, pérdida o deterioro que ocasionen al exhibir los mismos, pudiendo ser responsable el Expositor por los daños ocasionados a los exhibidos y almacenados.

El Comité Organizador podrá exigir a los expositores que se hubieren inscrito, el pago de un importe de seguro, en caso de incendio, robo o hurto, integralmente pagado por el Expositor.

8.1. EMPLEADOS EXPOSITORES

Los expositores deberán abonos con el Comité Organizador una Ficha de Inscripción, la cual contendrá de forma detallada los datos siguientes: exhibición, exhibidores, artículos, tamaño de exhibición y precio, el cual no deberá superado. Dicha ficha podrá ser usada para reclutar al personal de una empresa o por cualquier otro medio, para ser contratada a partir de las 7:00 horas del día siguiente a la del evento, pudiendo el expositor, al termina el evento, enviar los artículos que no se exhibieron al público en general, compraciéndose a entregar al completo un recibo autorizado por el Comité Organizador, los cuales se otorgarán a los expositores de la administración, con objeto de autorizar la salida de los artículos que se exhibieron.

8.- RESPONSABILIDADES

8.1. OBJETOS

Las mercancías, productos, herramientas, muebles, etc., propiedad del expositor, no dejen de ser de su propiedad, quedando bajo la exclusiva responsabilidad de éste, durante el Comité Organizador, cualquier responsabilidad de pérdida, deterioro o destrucción.

8.2. HERRAMIENTAS

Los aparatos eléctricos, carpas, pódios, estanterías, etc., que pudieran llevarse al stand, y el equipo de transporte, montaje y desmontaje de los stands será responsabilidad única y exclusiva del expositor.

8.3. DESTRUCCIÓN

El Comité Organizador no se responsabiliza por los daños o pérdidas que pudieran sufrir los expositores, que se causen al exhibirlos particularmente, o presente tanto en el stand como en otros lugares, exhibidos, o en su transporte, que los origine señalados, ni los ocasionados por el público, robo, hurto, actos de terrorismo, incendio, incendio ocasionados por el público, etc.

9.- DIVERSOS

9.1. EXPOSICIONES GENERALES

Siendo objeto de esta Ley el "FESTIVAL DE LA PAZ" se aplica bajo un mismo

hecho a los más ímprobos vendedores y fabricantes de muebles, regalos y procediendo a la rápida expatriación prohibido a los expositores montar exposiciones colaterales durante la celebración de "EXPO. 1994".

9.2. RECORRIDO INAUGURAL

Será obligatoria la presencia de los expositores en sus respectivos stands durante el recorrido inaugural que se celebrará a las 12:00 horas del día del inicio de la exposición.

9.3. MODIFICACIONES AL REGLAMENTO

El presente reglamento **no** podrá ser modificado, ampliado o condicionado por el Comité Organizador, pero en caso de que los hiciera deberá dar a conocer a los expositores toda modificación mediante comunicados escritos.

9.4. CASOS EMERGENCIALES

Los casos de emergencia que se presenten durante el evento, el Comité Organizador deberá dar la solución a los mismos, basándose en la buena fe y sentido común que en ellos requiera.

9.5. MULTAS Y PENAS

El Expositor por el sólo hecho de serlo, acepta someterse a las disposiciones del presente reglamento y conviene en que toda violación a lo estipulado en el mismo podrá ser sancionada, a juicio del Comité Organizador de "EXPO. 1994" para que sea excluido tanto de esta exposición como de las futuras que organice la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco, A.C. lo anterior sin perjuicio de que le sean exigidos, en su caso, los daños y perjuicios correspondientes y se haga procedente la rescisión del contrato respectivo.

_____ a _____ de _____ de 19 _____

LA ASOCIACION

EL EXPOSITOR

ESTILO

2.3 FORMATOS PARA FERIAS Y EXPOSICIONES

La papelería en general es redactada según las necesidades, procedimientos, objetivos y políticas propias del evento y sus organizadores y son instrumentos indispensables para cualquier Feria o Exposición.

De entre toda la papelería destacan por su importancia social dos: el programa general y las encuestas. La redacción de éstos debe observar especial cuidado para no omitir ningún aspecto relativo al evento y para que sean presentados al público de forma tal que reflejen fielmente y con buen gusto la línea del grupo organizador.

El programa general debe incluir básicamente mapas del espacio físico con vías de acceso y la localización geográfica; una carta de presentación (del Gobernador del Estado o del Comité Organizador), teléfonos y direcciones de interés para asistentes y expositores, información general de la Feria y todas las actividades a ser realizadas en orden cronológico (el programa del Festival Cervantino 1989, en Guanajuato, se dividió por ciudades y, a su vez, por géneros, siendo cada uno relacionado en orden de presentación diaria). El formato del programa general debe ser 100 por ciento manuable, de preferencia pequeño. La hoja carta u oficio doblada a manera de tríptico es muy común en estos casos.

Se muestra a continuación papelería diversa de distintos eventos. Mención aparte merece lo relacionado con el Tianguis Turístico, ya que presenta una documentación general digna de ser

usada como modelo por todo aquel que planea una Feria o Exposición.

ULCRA 4

**CUARTO MERCADO
LATINOAMERICANO
DEL AUDIOVISUAL**

ULCRA

**PROGRAMA
GENERAL**



HOTEL SEDE



HOLIDAY INN

**CROWNE
PLAZA®
MEXICO D.F.**

25, 26 Y 27 DE SEPTIEMBRE DE 1989

ENTRADA LIBRE



**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

LUNES 25		MARTES 26		MIÉRCOLES 27	
ACTIVIDAD	LUGAR	ACTIVIDAD	LUGAR	ACTIVIDAD	LUGAR
9:00 HRS.		10:00 HRS.		10:00 HRS.	
- CEREMONIA OFICIAL DE INAUGURACION C. FERNANDO GUTIERREZ BARRIOS SECRETARIO DE GOBERNACION	SALON PALACE	- CONFERENCIA MAGISTRAL ANSELMO SULE PRESIDENTE DEL INSTITUTO LATINOAMERICANO DE ESTUDIOS ECONOMICOS, SOCIALES Y DE LA COMUNICACION (ILESCO)	SALON PALACE	- CONFERENCIA MAGISTRAL BERNARD BLIN SECRETARIO DE ASUNTOS INTERNACIONALE PARA LA COMUNICACION DEL PRIMER MINISTRO DE FRANCIA	
10:00 HRS.		- SALON DE EXHIBICION DE INSUMOS	SALON TERRAZA JARDIN	- SALON DE EXHIBICION DE INSUMOS	SALON TERRAZA JARDIN
- INAUGURACION OFICIAL DEL SALON DE EXHIBICION DE INSUMOS	SALON TERRAZA JARDIN	- MERCADO LATINOAMERICANO DEL AUDIOVISUAL	5o. PISO	- MERCADO LATINOAMERICANO DEL AUDIOVISUAL	5o. PISO
- INICIO DE ACTIVIDADES DEL MERCADO LATINOAMERICANO DEL AUDIOVISUAL	5o. PISO	- SALA DE PROYECCION PROGRAMAS DE TELEVISION	SALON LAS PALMAS	- SALA DE PROYECCION PROGRAMAS DE TELEVISION	SALON LAS PALMAS
10:30 HRS.		- SALA DE AUDICION PROGRAMAS DE RADIO	SALON LAS FLORES	- SALA DE AUDICION PROGRAMAS DE RADIO	SALON LAS FLORES
- INAUGURACION DEL SIMPOSIO "PERSPECTIVAS SOBRE EL ESPACIO AUDIOVISUAL LATINOAMERICANO" GERARDO ESTRADA DIRECTOR GENERAL DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO	SALON PALACE	- ACTIVIDAD DE LOS JURADOS: MUESTRA DE PROGRAMAS Y CAMPAÑAS (RADIO Y TV)		- ACTIVIDAD DE LOS JURADOS: MUESTRA DE PROGRAMAS Y CAMPAÑAS (RADIO Y TV)	
11:00 HRS.		11:15 HRS.		11:15 HRS.	
- CONFERENCIA MAGISTRAL ANTONIO PASQUALI EX. DIRECTOR GENERAL ADJUNTO DE LA UNESCO	SALON PALACE	- CONFERENCIA MAGISTRAL JEAN JIPQUEP VICE-SECRETARIO GENERAL DE LA UNION INTERNACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (UIT)	SALON PALACE	- CONFERENCIA MAGISTRAL MARIO MOTTA PRESIDENTE DE RAI CORPORATION DE ITALIA	SALON PALACE
- INICIO DE ACTIVIDADES DE LOS JURADOS: MUESTRA DE PROGRAMAS Y CAMPAÑAS (RADIO Y TV)		12:30 HRS.		- CONFERENCIA MAGISTRAL HOMERO VALENCIA BENITO DIRECTOR DE RADIO EXTERIOR DE ESPAÑA	SALON PALACE
- APERTURA DE LA SALA DE PROYECCION PROGRAMAS DE TELEVISION	SALON LAS PALMAS	- CONFERENCIA MAGISTRAL BORIS I. CHIRKOV DIRECTOR GENERAL DE LA ORGANIZACION INTERNACIONAL DE COMUNICACIONES ESPACIALES INTERSPUTNIK	SALON PALACE	14:30 HRS.	
- APERTURA DE LA SALA DE AUDICION PROGRAMAS DE RADIO.	SALON LAS FLORES	14:30 HRS.		- RECESO A EXCEPCION DEL SALON DE EXHIBICION DE INSUMOS	
12:00 HRS.		- RECESO A EXCEPCION DEL SALON DE EXHIBICION DE INSUMOS		16:00 HRS.	
- CONFERENCIA MAGISTRAL JOSE MARQUES DE MELO CATEDRATICO DE LA UNIVERSIDAD DE SAO PAULO, BRASIL, ASESOR DE LA SECRETARIA PERMANENTE DEL SELA.	SALON PALACE	16:00 HRS.		- CONTINUA SALA DE PROYECCION PROGRAMAS DE TELEVISION	SALON LAS PALMAS
14:30 HRS.		- MESA DE TRABAJO: SOBRE ASPECTOS DE PRODUCCION Y DISTRIBUCION DE MATERIALES EDUCATIVOS Y CULTURALES (RADIO Y TV)	SALON ESMERALDA	- CONTINUA SALA DE AUDICION PROGRAMAS DE RADIO	SALON LAS FLORES
- RECESO A EXCEPCION DEL SALON DE EXHIBICION DE INSUMOS.		- CONTINUA SALA DE PROYECCION DE PROGRAMAS DE TELEVISION	SALON LAS PALMAS	17:00 HRS.	
16:00 HRS.		- CONTINUA SALA DE AUDICION PROGRAMAS DE RADIO	SALON LAS FLORES	- CONTINUAN ACTIVIDADES DEL MERCADO	5o. PISO
- MESA DE TRABAJO: SOBRE ASPECTOS DE PRODUCCION Y DISTRIBUCION DE MATERIALES EDUCATIVOS Y CULTURALES (RADIO Y TV)	SALON ESMERALDA	17:00 HRS.		20:00 HRS.	
- CONTINUA SALA DE PROYECCION DE PROGRAMAS DE TELEVISION.	SALON LAS PALMAS	- CONTINUAN ACTIVIDADES DEL MERCADO	5o. PISO	- CIERRE DE ACTIVIDADES	
- CONTINUA SALA DE AUDICION DE PROGRAMAS DE RADIO	SALON LAS FLORES	20:00 HRS.		- JUEVES 28, 21:00 HRS. CLAUSURA DEL EVENTO	
17:00 HRS.		- CIERRE DE ACTIVIDADES.			
- CONTINUAN ACTIVIDADES DEL MERCADO	5o. PISO				
20:00 HRS.					
- CIERRE DE ACTIVIDADES.					

ULCRA

ULCRA 4

**CUARTO MERCADO
LATINOAMERICANO
DEL AUDIOVISUAL**

SIMPOSIO

**"PERSPECTIVAS SOBRE EL ESPACIO
AUDIOVISUAL LATINOAMERICANO"**



HOTEL SEDE



HOLIDAY INN

**CROWNE
PLAZA®
MEXICO D.F.**

25, 26 Y 27 DE SEPTIEMBRE DE 1989

ENTRADA LIBRE

CONFERENCIAS MAGISTRALES

COMUNICACION, INTEGRACION Y DESARROLLO

LUNES 25

10:30

INAUGURACION A CARGO DEL:

DR. GERARDO ESTRADA

DIRECTOR GENERAL DEL IMER

11:00 HRS.

ANTONIO PASQUALI

EX-DIRECTOR GENERAL
ADJUNTO DE LA UNESCO

12:00 HRS.

JOSE MARQUES DE MELO

CATEDRATICO DE LA UNIVERSIDAD DE
SAO PAULO, BRASIL
ASESOR DE LA SECRETARIA PERMANENTE DEL SELA

MARTES 26

10:00 HRS.

ANSELMO SULE

PRESIDENTE DEL INSTITUTO LATINOAMERICANO
DE ESTUDIOS SOCIALES Y DE LA COMUNICACION
(ILESCO)

11:15 HRS.

JEAN JIPGUEP

VICE-SECRETARIO GENERAL
DE LA UNION INTERNACIONAL DE
TELECOMUNICACIONES (UIT)

12:30 HRS.

BORIS I. CHIRKOV

DIRECTOR GENERAL DE LA
ORGANIZACION INTERNACIONAL DE
COMUNICACIONES ESPACIALES
INTERSPUTNIK

MIERCOLES 27

10:00 HRS.

BERNARD BLIN

SECRETARIO DE ASUNTOS INTERNACIONALES
PARA LA COMUNICACION
DEL PRIMER MINISTRO DE FRANCIA

11:15 HRS.

MARIO MOTTA

PRESIDENTE DE LA
RAI CORPORATION DE ITALIA

12:30 HRS.

HOMERO VALENCIA BENITO

DIRECTOR DE RADIO
EXTERIOR DE ESPAÑA



CAMARA NACIONAL DE COMERCIO DE GUADALAJARA

AV. VALLARTA No. 4095 GUADALAJARA, JAL.

R.F.C. CNC 500101 6X5 REG EDO 04-39 35161

Expo Venta 89

Nº 0949

RECIBI(MOS) DE _____ Domicilio _____
_____ Tel. _____ La cantidad de \$ _____
(_____)

Cheque No. _____ Banco _____
por concepto de: _____ de los derechos de otorgamiento de uso temporal de (los)
local(es) No.(s) _____ en "Expo Venta 89" y servicios accesorios según
contrato No. _____, más _____ % de interés devengado mensual
según contrato, a partir de: _____

Guadalajara, Jal., a _____ de _____ de 1989.

Importe	\$ _____
Interés	_____
I.V.A. al 15 %	_____
Total	\$ _____

COMITE ORGANIZADOR

TECNO MUEBLE INTERNACIONAL

Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco, A.C.

R.F.C. AFM 800116-001

RECIBO N^o 375

Recibimos de: _____

LA CANTIDAD DE _____ (_____)

Por concepto de: _____

Guadalajara, Jal. a _____ de _____ 198 _____

Importe _____

I.V.A. _____

RECIBI

Total _____

Av. Niños Héroes 2663 TELEX CRITME 684166 Tels. 22-71-78 21-50-35 22-71-03 21-49-77 Guadalajara, Jal.



AFAMJAL



EXPO
MUEBLE



TECNO
MUEBLE



EXPO
HOTEL

NE 0001

FECHA

ENCUESTA A EXPOSITORES

EN ESCALA DE 0 A 10 QUE CALIFICACION OTORGA

- 1.- Facilidades para Montaje de Stands _____
- 2.- Facilidades para Maniobras Carga y Descarga _____
- 3.- Señalamientos en el Salón de Eventos _____
- 4.- Iluminación en el Salón de Eventos _____
- 5.- Suministro Eléctrico a Stands _____
- 6.- Ambientación en el Salón de Eventos _____
- 7.- Control en el Registro de Expositores _____
- 8.- Control en el Registro de Compradores _____
- 9.- Vigilancia y Control en el Ingreso _____
- 10.- Nivel de Compradores _____
- 11.- Volumen de Compradores _____
- 12.- Opinión sobre Visitantes no Compradores _____
- 13.- Atención Brindada por el Comité Organizador _____
- 14.- Atención Brindada por Edecanes _____
- 15.- Vigilancia de Seguridad Nocturna en el Salón _____
- 16.- Vigilancia de Seguridad en los Estacionamientos _____
- 17.- Servicios Sanitarios _____
- 18.- Servicio Teléfonos Públicos _____
- 19.- Servicios Teléfonos Contratados _____
- 20.- Servicios de Buffet/Cafetería _____
- 21.- Servicio de Restaurant Formal _____

VENTAS

- 1.- Las ventas Realizadas son las que Usted Esperaba (SI) (NO)
- 2.- En qué porcentaje sus ventas superaron a las del año anterior. _____%

GENERALES

- 1.- En su opinión que aspectos mejoraría o añadiría al evento?

 - 2.- Cuáles le parecieron las 3 cosas mejores de la Exposición?

 - 3.- Cuáles fueron las 3 cosas más deficientes de la Exposición?

 - 4.- Agradecemos su opinión del Comité Organizador

 - 5.- Observaciones Adicionales

- 6.- SI DESEA USTED PRESENTAR ALGUNA QUEJA O SUGERENCIA POR FAVOR USE EL REVERSO DE LA HOJA

SUBSECRETARIA DE PROMOCION Y FOMENTO



SECRETARIA DE TURISMO

ESTIMADO AMIGO:

Nos es grato, a nombre del C. Secretario de Turismo. Lic. Antonio Enriquez Savignac, hacer de su conocimiento que la XIII edición del Tianguis Turístico tendrá verificativo del 5 al 8 de junio de 1988, en la ciudad y puerto de Acapulco, Guerrero.

Esperamos que participe como expositor en este importante evento promocional de nuestro país a nivel internacional, conjuntamente con los principales prestadores de servicios turísticos de México.

Como en años anteriores, contaremos con la asistencia de los más selectos promotores de turismo a nivel mundial, procedentes de los países generadores de corrientes turísticas internacionales, para que conozcan nuestra oferta turística actual y realicen con nosotros las transacciones comerciales que buscamos y que necesariamente deberán tener beneficios valiosos para su organización y para México.

Lo exhortamos a dar una pronta respuesta a esta invitación, ya que además de que esto le permitirá tener un descuento del 25% en el costo de su local, a nosotros nos dará la oportunidad de dar a conocer a nuestros invitados el directorio de expositores con la antelación suficiente para que tanto ellos como ustedes puedan solicitar las citas que estimen les sean de mayor utilidad, obteniendo así el máximo provecho de este programa recientemente incorporado al Tianguis para beneficio de sus participantes.

Aprovechamos la ocasión para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE

COMITE ORGANIZADOR
XIII TIANGUIS MEXICO 88



SECRETARIA DE TURISMO

Forma de Registro para Expositores

ACAPULCO, 5-8 JUNIO

FAVOR DE LLENAR A MAQUINA

USO SECTOR	No de Hoja No	Fecha recibida en SECTUR Mes <input type="text"/> <input type="text"/> Dia <input type="text"/> <input type="text"/>	Código de Organización <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>																																													
	Mazon Social		Año inicio de operaciones																																													
DATOS GENERALES SOBRE LA ORGANIZACION	Nombre comercial																																															
	Nombre que deberá aparecer en el directorio y rotulo del puesto																																															
	Dirección (calle y número)		Cod. Postal																																													
	Ciudad	Estado	País																																													
	Teléfonos		Telco																																													
	¿HA PARTICIPADO ANTERIORMENTE EN EL TIANGUIS?																																															
INFORMACION PARA USO COMPTONICA DE SECTOR	1. ¿CUAL ES SU VOLUMEN ANUAL DE VENTAS (EN PESOS)?		2. NUMERO DE TURISTAS MANEJADOS POR SU COMPANIA ANUALMENTE																																													
	<input type="checkbox"/> 1 Menos de 100 millones <input type="checkbox"/> 2 100-200 millones <input type="checkbox"/> 3 200-300 millones <input type="checkbox"/> 4 300-400 millones <input type="checkbox"/> 5 Mas de 400 millones		<table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Estrangeros</td> <td style="width: 50%;">Nacionales</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 1 Menos de 5 mil</td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 2 5- 10 mil</td> <td><input type="checkbox"/> 2</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 3 10-15 mil</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 4 15-20 mil</td> <td><input type="checkbox"/> 4</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 5 20-25 mil</td> <td><input type="checkbox"/> 5</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 6 Mas de 25 mil</td> <td><input type="checkbox"/> 6</td> </tr> </table>	Estrangeros	Nacionales	<input type="checkbox"/> 1 Menos de 5 mil	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2 5- 10 mil	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3 10-15 mil	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4 15-20 mil	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5 20-25 mil	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6 Mas de 25 mil	<input type="checkbox"/> 6																															
Estrangeros	Nacionales																																															
<input type="checkbox"/> 1 Menos de 5 mil	<input type="checkbox"/> 1																																															
<input type="checkbox"/> 2 5- 10 mil	<input type="checkbox"/> 2																																															
<input type="checkbox"/> 3 10-15 mil	<input type="checkbox"/> 3																																															
<input type="checkbox"/> 4 15-20 mil	<input type="checkbox"/> 4																																															
<input type="checkbox"/> 5 20-25 mil	<input type="checkbox"/> 5																																															
<input type="checkbox"/> 6 Mas de 25 mil	<input type="checkbox"/> 6																																															
INTERESES DE LA ORGANIZACION	3. DESTINOS O AREAS GEOGRAFICAS QUE OFERTA EN MEXICO (Añote el número de su elección por orden de importancia)																																															
	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%;">10 GOLFO DE CALIFORNIA</td> <td style="width: 25%;">20 FRUITERA NORTE</td> <td style="width: 25%;">36 Morelia Pátzcuaro</td> <td style="width: 25%;">52 Ciudad de Mexico</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>MAR DE CORTES</td> <td>21 Chihuahua</td> <td>37 Puerto Vallarta</td> <td>53 Puebla</td> <td>73 Cancun</td> </tr> <tr> <td>11 Ensenada</td> <td>22 Monterrey</td> <td>38 Tuxtla</td> <td>54 Querétaro</td> <td>74 Coahuila</td> </tr> <tr> <td>12 Guaymas</td> <td>23 Tampico</td> <td>40 CENTRO TADRIE</td> <td>60 COSTA DEL GOLFO</td> <td>de Hidalgo</td> </tr> <tr> <td>13 La Paz</td> <td>30 PACIFICO</td> <td>41 Guadalupe</td> <td>61 Veracruz</td> <td>76 Mérida</td> </tr> <tr> <td>14 Loreto</td> <td>31 Acapulco</td> <td>42 San Miguel de Allende</td> <td>62 Volcaneiros</td> <td>77 Oaxaca</td> </tr> <tr> <td>15 Los Cabos</td> <td>32 Sierra de Guadalupe</td> <td>43 Zacatecas</td> <td>70 SURESTE</td> <td>78 Puerto Escondido</td> </tr> <tr> <td>16 Maripán</td> <td>34 Toluca Zimatlán</td> <td>50 CENTRO</td> <td>71 Chiapas Tuxtla</td> <td>79 Tuxtla Gutiérrez</td> </tr> <tr> <td>17 Tijuana</td> <td>35 Mérida</td> <td>51 Cuernavaca</td> <td>72 Campeche</td> <td></td> </tr> </table>			10 GOLFO DE CALIFORNIA	20 FRUITERA NORTE	36 Morelia Pátzcuaro	52 Ciudad de Mexico		MAR DE CORTES	21 Chihuahua	37 Puerto Vallarta	53 Puebla	73 Cancun	11 Ensenada	22 Monterrey	38 Tuxtla	54 Querétaro	74 Coahuila	12 Guaymas	23 Tampico	40 CENTRO TADRIE	60 COSTA DEL GOLFO	de Hidalgo	13 La Paz	30 PACIFICO	41 Guadalupe	61 Veracruz	76 Mérida	14 Loreto	31 Acapulco	42 San Miguel de Allende	62 Volcaneiros	77 Oaxaca	15 Los Cabos	32 Sierra de Guadalupe	43 Zacatecas	70 SURESTE	78 Puerto Escondido	16 Maripán	34 Toluca Zimatlán	50 CENTRO	71 Chiapas Tuxtla	79 Tuxtla Gutiérrez	17 Tijuana	35 Mérida	51 Cuernavaca	72 Campeche	
	10 GOLFO DE CALIFORNIA	20 FRUITERA NORTE	36 Morelia Pátzcuaro	52 Ciudad de Mexico																																												
	MAR DE CORTES	21 Chihuahua	37 Puerto Vallarta	53 Puebla	73 Cancun																																											
	11 Ensenada	22 Monterrey	38 Tuxtla	54 Querétaro	74 Coahuila																																											
	12 Guaymas	23 Tampico	40 CENTRO TADRIE	60 COSTA DEL GOLFO	de Hidalgo																																											
13 La Paz	30 PACIFICO	41 Guadalupe	61 Veracruz	76 Mérida																																												
14 Loreto	31 Acapulco	42 San Miguel de Allende	62 Volcaneiros	77 Oaxaca																																												
15 Los Cabos	32 Sierra de Guadalupe	43 Zacatecas	70 SURESTE	78 Puerto Escondido																																												
16 Maripán	34 Toluca Zimatlán	50 CENTRO	71 Chiapas Tuxtla	79 Tuxtla Gutiérrez																																												
17 Tijuana	35 Mérida	51 Cuernavaca	72 Campeche																																													
4. SERVICIOS QUE PROPORCIONA SU EMPRESA (marque todos aquellos que proporcione)																																																
<table style="width: 100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> 1 Transporcion aere</td> <td><input type="checkbox"/> 5 Gastronomía</td> <td><input type="checkbox"/> 8 Viajes guiados</td> <td><input type="checkbox"/> 11 Otros (especificar)</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 7 Cruceros</td> <td><input type="checkbox"/> 6 Transporcion terrestre (camiones, autobs)</td> <td><input type="checkbox"/> 9 Entretenimientos</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 3 Hospedaje</td> <td><input type="checkbox"/> 7 Servicios bancarios y financieros</td> <td><input type="checkbox"/> 10 Personal multilingue (traductores, educarces)</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 4 Facilidades para convenciones</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			<input type="checkbox"/> 1 Transporcion aere	<input type="checkbox"/> 5 Gastronomía	<input type="checkbox"/> 8 Viajes guiados	<input type="checkbox"/> 11 Otros (especificar)	<input type="checkbox"/> 7 Cruceros	<input type="checkbox"/> 6 Transporcion terrestre (camiones, autobs)	<input type="checkbox"/> 9 Entretenimientos		<input type="checkbox"/> 3 Hospedaje	<input type="checkbox"/> 7 Servicios bancarios y financieros	<input type="checkbox"/> 10 Personal multilingue (traductores, educarces)		<input type="checkbox"/> 4 Facilidades para convenciones																																	
<input type="checkbox"/> 1 Transporcion aere	<input type="checkbox"/> 5 Gastronomía	<input type="checkbox"/> 8 Viajes guiados	<input type="checkbox"/> 11 Otros (especificar)																																													
<input type="checkbox"/> 7 Cruceros	<input type="checkbox"/> 6 Transporcion terrestre (camiones, autobs)	<input type="checkbox"/> 9 Entretenimientos																																														
<input type="checkbox"/> 3 Hospedaje	<input type="checkbox"/> 7 Servicios bancarios y financieros	<input type="checkbox"/> 10 Personal multilingue (traductores, educarces)																																														
<input type="checkbox"/> 4 Facilidades para convenciones																																																
5. TIPO DE NEGOCIO QUE DESEA DISCUTIR O ARREGLAR (marque uno o más)																																																
<table style="width: 100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> 1 Viajes de negocios</td> <td><input type="checkbox"/> 5 Lujo</td> <td><input type="checkbox"/> 9 Viajes de placer</td> <td><input type="checkbox"/> 11 Otros (especificar)</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 2 Congresos, Convenciones (grupos grandes)</td> <td><input type="checkbox"/> 6 Viajes de incentivo</td> <td><input type="checkbox"/> 10 Viajes de interes especial (especificar)</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 3 Seminarios (grupos pequeños)</td> <td><input type="checkbox"/> 7 Viajes individuales</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 4 Grupos culturales estudiantiles</td> <td><input type="checkbox"/> 8 Fines de semana</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			<input type="checkbox"/> 1 Viajes de negocios	<input type="checkbox"/> 5 Lujo	<input type="checkbox"/> 9 Viajes de placer	<input type="checkbox"/> 11 Otros (especificar)	<input type="checkbox"/> 2 Congresos, Convenciones (grupos grandes)	<input type="checkbox"/> 6 Viajes de incentivo	<input type="checkbox"/> 10 Viajes de interes especial (especificar)		<input type="checkbox"/> 3 Seminarios (grupos pequeños)	<input type="checkbox"/> 7 Viajes individuales			<input type="checkbox"/> 4 Grupos culturales estudiantiles	<input type="checkbox"/> 8 Fines de semana																																
<input type="checkbox"/> 1 Viajes de negocios	<input type="checkbox"/> 5 Lujo	<input type="checkbox"/> 9 Viajes de placer	<input type="checkbox"/> 11 Otros (especificar)																																													
<input type="checkbox"/> 2 Congresos, Convenciones (grupos grandes)	<input type="checkbox"/> 6 Viajes de incentivo	<input type="checkbox"/> 10 Viajes de interes especial (especificar)																																														
<input type="checkbox"/> 3 Seminarios (grupos pequeños)	<input type="checkbox"/> 7 Viajes individuales																																															
<input type="checkbox"/> 4 Grupos culturales estudiantiles	<input type="checkbox"/> 8 Fines de semana																																															
6. ATRACTIVOS TURISTICOS QUE OFERTA EN MEXICO (marque uno o más)																																																
<table style="width: 100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> 1 Arqueología</td> <td><input type="checkbox"/> 4 Aire colonial/ciudades historicas</td> <td><input type="checkbox"/> 7 Artesania</td> <td><input type="checkbox"/> 10 Compras</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 2 Playas</td> <td><input type="checkbox"/> 5 Eventos especiales</td> <td><input type="checkbox"/> 8 Ciudades coloniales</td> <td><input type="checkbox"/> 11 Otros (especificar)</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 3 Variedades y Espectaculos</td> <td><input type="checkbox"/> 6 Gastronomía</td> <td><input type="checkbox"/> 9 Desembarcaderos al aire libre</td> <td></td> </tr> </table>			<input type="checkbox"/> 1 Arqueología	<input type="checkbox"/> 4 Aire colonial/ciudades historicas	<input type="checkbox"/> 7 Artesania	<input type="checkbox"/> 10 Compras	<input type="checkbox"/> 2 Playas	<input type="checkbox"/> 5 Eventos especiales	<input type="checkbox"/> 8 Ciudades coloniales	<input type="checkbox"/> 11 Otros (especificar)	<input type="checkbox"/> 3 Variedades y Espectaculos	<input type="checkbox"/> 6 Gastronomía	<input type="checkbox"/> 9 Desembarcaderos al aire libre																																			
<input type="checkbox"/> 1 Arqueología	<input type="checkbox"/> 4 Aire colonial/ciudades historicas	<input type="checkbox"/> 7 Artesania	<input type="checkbox"/> 10 Compras																																													
<input type="checkbox"/> 2 Playas	<input type="checkbox"/> 5 Eventos especiales	<input type="checkbox"/> 8 Ciudades coloniales	<input type="checkbox"/> 11 Otros (especificar)																																													
<input type="checkbox"/> 3 Variedades y Espectaculos	<input type="checkbox"/> 6 Gastronomía	<input type="checkbox"/> 9 Desembarcaderos al aire libre																																														
7. SOPORTE ESPECIFICO DE VENTAS QUE EL QUISIERA TENER (marque uno o más)																																																
<table style="width: 100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> 1 Promocion conjunta</td> <td><input type="checkbox"/> 3 Material promocional impreso</td> <td><input type="checkbox"/> 7 Eventos promocionales</td> <td><input type="checkbox"/> 10 Otros (especificar)</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 2 Publicidad</td> <td><input type="checkbox"/> 4 Películas</td> <td><input type="checkbox"/> 8 Firmas de oficiales reconocidas de SECTUR en el extranjero</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 3 Vistas de laminacion</td> <td><input type="checkbox"/> 6 Material fotografico</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			<input type="checkbox"/> 1 Promocion conjunta	<input type="checkbox"/> 3 Material promocional impreso	<input type="checkbox"/> 7 Eventos promocionales	<input type="checkbox"/> 10 Otros (especificar)	<input type="checkbox"/> 2 Publicidad	<input type="checkbox"/> 4 Películas	<input type="checkbox"/> 8 Firmas de oficiales reconocidas de SECTUR en el extranjero		<input type="checkbox"/> 3 Vistas de laminacion	<input type="checkbox"/> 6 Material fotografico																																				
<input type="checkbox"/> 1 Promocion conjunta	<input type="checkbox"/> 3 Material promocional impreso	<input type="checkbox"/> 7 Eventos promocionales	<input type="checkbox"/> 10 Otros (especificar)																																													
<input type="checkbox"/> 2 Publicidad	<input type="checkbox"/> 4 Películas	<input type="checkbox"/> 8 Firmas de oficiales reconocidas de SECTUR en el extranjero																																														
<input type="checkbox"/> 3 Vistas de laminacion	<input type="checkbox"/> 6 Material fotografico																																															
8. AREA GEOGRAFICA CON LA CUAL DESEA HACER NEGOCIO (marque todas las que le interesen)																																																
<table style="width: 100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> 1 ESTADOS UNIDOS</td> <td><input type="checkbox"/> 3 CENTRO AMERICA</td> <td><input type="checkbox"/> 5 EUROPA</td> <td><input type="checkbox"/> 7 OCEANIA</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 2 CANADA</td> <td><input type="checkbox"/> 4 SUDAMERICA</td> <td><input type="checkbox"/> 6 ASIA</td> <td><input type="checkbox"/> 8 CARIBE</td> </tr> </table>			<input type="checkbox"/> 1 ESTADOS UNIDOS	<input type="checkbox"/> 3 CENTRO AMERICA	<input type="checkbox"/> 5 EUROPA	<input type="checkbox"/> 7 OCEANIA	<input type="checkbox"/> 2 CANADA	<input type="checkbox"/> 4 SUDAMERICA	<input type="checkbox"/> 6 ASIA	<input type="checkbox"/> 8 CARIBE																																						
<input type="checkbox"/> 1 ESTADOS UNIDOS	<input type="checkbox"/> 3 CENTRO AMERICA	<input type="checkbox"/> 5 EUROPA	<input type="checkbox"/> 7 OCEANIA																																													
<input type="checkbox"/> 2 CANADA	<input type="checkbox"/> 4 SUDAMERICA	<input type="checkbox"/> 6 ASIA	<input type="checkbox"/> 8 CARIBE																																													
DATOS SOBRE LOCALS Y EXPOSITORES (PARA USO OFICIAL)	FAVOR DE ESPECIFICAR LOS DATOS SOBRE ELLOS/AS ASIGNADOS/AS, ANOTANDO AL REVERSO LA INFORMACION SOBRE LOS OCUPANTES																																															
	Tipo del local	Importe Unitario	No de locales asignados	Sub total	No Expositores registrados	No Expositores complementarios	Importe Expositores complementarios																																									
	A																																															
	B																																															
	C																																															
	D																																															
TOTALES																																																
Cheque certificado No _____ Banco _____																																																
Fecha _____ Ciudad _____																																																



FORMA DE CONTROL DE ENTRADA Y SALIDA DE EQUIPO
DEL AREA DE EXPOSICION

Favor de llenar a máquina

ACAPULCO, GRO., A DE 1988.

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA: _____

REPRESENTANTE: _____ CARGO: _____

NUMERO DE LOCAL(ES) _____

DESCRIPCION DE MATERIALES: (Sólo anote los que se retirarán al final del evento)

DESCRIPCION	CANTIDAD	ENTRADA FECHA	SALIDA FECHA

POR LA SECRETARIA DE TURISMO

POR EL EXPOSITOR:

NOMBRE: _____

NOMBRE: _____

FIRMA: _____

FIRMA: _____

NOTAS IMPORTANTES: Por razones de seguridad, ningún expositor tendrá acceso al área de exposición antes de las 9:00 del día 1º de Junio de 1988.

El retiro del material y equipo deberá efectuarse a partir de las 17:30 del día 8 de Junio de 1988. El organizador no se hace responsable de ningún material y/o equipo, que no haya sido retirado del área de exposición después de las 17:30 del día 6 de Junio de 1988.

MIERCOLES, 1º JUNIO

9:00 a.m. — 8:00 p.m.

MONTAJE DE EXPOSITORES
(Salones Cholula y Chichén-Itzá)

9:00 a.m. — 8:00 p.m.

REGISTRO

JUEVES, 2 JUNIO

9:00 a.m. — 7:00 p.m.

MONTAJE DE EXPOSITORES
(Salones Cholula y Chichén Itzá)

9:00 a.m. — 6:00 p.m.

REGISTRO

VIERNES, 3 JUNIO

9:00 a.m. — 8:00 p.m.

MONTAJE DE EXPOSITORES
(Salones Cholula y Chichén Itzá)

9:00 a.m. — 6:00 p.m.

REGISTRO
(Area de la Galería)

SABADO, 4 JUNIO

9:00 a.m. — 8:00 p.m.

REGISTRO
(Area de la Galería)

DOMINGO, 5 JUNIO

9:00 a.m. — 4:00 p.m.

REGISTRO
(Area de la Galería)

5:00 p.m. — 6:00 p.m.

CEREMONIA DE APERTURA
(Salón Teotihuacán)

6:00 p.m. — 8:30 p.m.

INAUGURACION DE TIANGUIS
RECORRIDO OFICIAL
(Salones Cholula y Chichén Itzá)

LUNES, 6 JUNIO

9:00 a.m. — 12:00 a.m.

CITAS DE NEGOCIOS ENTRE EXPOSITORES
E INVITADOS
(Salones Cholula y Chichén Itzá)

9:00 a.m. — 5:00 p.m.

MODULO DE LINEAS AEREAS Y
SERVICIOS GENERALES
(Pasillo de mármol)

12:00 a.m. — 1:00 p.m.

PRESENTACION DE PROGRAMAS DE
PROMOCION INTERNACIONAL
(Teatro Juan Ruiz de Alarcón)

1:00 p.m. — 3:00 p.m.

COMIDA

3:00 p.m. — 5:30 p.m.

CITAS DE NEGOCIOS ENTRE EXPOSITORES
E INVITADOS
(Salones Cholula y Chichén Itzá)

5:00 p.m. — 8:00 p.m.

TOUR ACAPULCO TRADICIONAL
TOUR DE HOTELES

8:00 p.m. —

EVENTOS PARTICULARES

INFORMACION GENERAL DEL AREA DE EXPOSICION

La Secretaría de Turismo ha programado nuevamente el evento de mayor trascendencia en su género, el XIII Tianguis México 88, a celebrarse del 5 al 8 de Junio, como un apoyo a los comercializadores de la oferta turística de nuestro país. Para que éstos conozcan la mejor forma de participar en este importante evento, aquí les ofrecemos una síntesis de la Información más importante sobre el área de exposición.

La planta de distribución para este Tianguis será del tipo laberinto, con una sola entrada y una sola salida, propiciando con esto un obligado recorrido por toda el área. Estará dividida en las siete regiones que el Plan Nacional de Turismo establece para la República Mexicana: Frontera Norte, Mar de Cortés, Costa del Pacífico, Sureste, Centro, Costa del Golfo y Centro Norte.

Se contará con un buen número de "plazas" o áreas donde los Estados o agrupaciones que integran estas regiones podrán presentar sus ofertas si así lo desean, en forma integrada. Habrá cafeterías, estratégicamente ubicadas, de tal manera que haya lugares de descanso que permitan pláticas informales que conduzcan a más intercambios comerciales, que es el objetivo primordial de este evento.

Como cada año, para acomodar a la creciente industria turística nacional, se ha puesto énfasis en ofrecer una mayor cantidad de espacios en la exposición, que en esta ocasión suman 415, con las siguientes características:

PUESTO TIPO	MEDIAS	SUPERFICIE	REGIST. INCLUIDOS	COMPLEMENTARIOS PERMITIDOS	CUOTA REGULAR	CUOTA PROMOCIONAL
A	2.44 x 2.44 mts.	5.95 m ² .	2	2	\$1'150,000.00	\$ 862,500.00
B	3.66 x 2.44 mts.	8.93 m ² .	2	2	\$1'725,000.00	\$1'293,750.00
C	4.88 x 2.44 mts.	11.90 m ² .	3	3	\$2'875,000.00	\$2'156,250.00

* Precio promocional hasta el 31 de enero de 1988.

La cuota de recuperación de los locales "D" que sea de ajuste constructivo y que sólo se comercializarán a petición del adquiriente del local adjunto y da derecho a un expositor más sin costo y a otro complementario esta en relación directa con su superficie, considerando el precio del local tipo "A", que en esta ocasión es de \$193,170.00 m² (CIENTO NOVENTA Y TRES MIL CIENTO SETENTA PESOS 00/100 M.N.) en precio regular y de \$144,877.50 m² (CIENTO CUARENTA Y CUATRO MIL OCHOCIENTOS SETENTA Y SIETE PESOS 00/100 M.N.), en precio promocional.

La cuota de recuperación para los expositores complementarios será de \$230,000.00 (DOSCIENTOS TREINTA MIL PESOS 00/100 M.N.), cada uno. Los participantes nacionales no expositores pagarán \$747,500.00 (SETECIENTOS CUARENTA Y SIETE MIL QUINIENTOS PESOS 00/100 M.N.), y el participante internacional no invitado \$1'495,000.00 (UN MILLON CUATROCIENTOS NOVENTA Y CINCO MIL PESOS 00/100 M.N.).

Para los expositores que así lo requieran, estará a su disposición el Auditorio Cholula, con aforo para 250 personas, en el cual podrán presentar audiovisuales. En virtud de la demanda, será necesario solicitarlo por escrito con la debida antelación a la Coordinación General del XIII Tianguis México 88, en Mariano Escobedo 726, Colonia Verónica Anzures, C.P. 11590, D. F., 211-00-99 Exts. 186 ó 211.

Como un servicio más de esta edición de Tianguis, se continuará con el programa de citas preestablecidas entre invitados y expositores, incorporados el año anterior, por lo que exhortamos a los profesionales y especialistas de la actividad turística, a contratar lo más pronto posible sus locales y tengan la posibilidad de solicitar con antelación sus entrevistas con los principales promotores de turismo a nivel internacional.

C A P I T U L O

I I I

ESTRUCTURA BASICA PARA REALIZAR EXPOSICIONES EN MEXICO.

S U M A R I O

3. ESTRUCTURA BASICA PARA REALIZAR EXPOSICIONES EN MEXICO.

3.1. CONSEJO DIRECTIVO.

3.2. COORDINACION GENERAL.

3.2.1. Características de las Gerencias y Direcciones.

3.2.2. Asesoría Legal.

3.3. GERENCIA ADMINISTRATIVA.

3.3.1. Comercialización.

3.3.2. Finanzas.

3.3.3. Recursos Humanos.

3.4. GERENCIA OPERATIVA.

3.4.1. Almacén.

3.4.2. Instalaciones y Mantenimiento.

3.5. GERENCIA DE COMUNICACION.

3.5.1. Relaciones Públicas.

3.5.2. Información y Promoción.

3.5.3. Eventos.

3.6. RELACION DE EGRESOS Y ESTIMACION DE INGRESOS EN EXPOSICIONES.

P R E A M B U L O

Las organizaciones son necesarias para llevar a cabo las grandes labores. En ellas, el trabajo en conjunto es imprescindible para el logro de los objetivos.

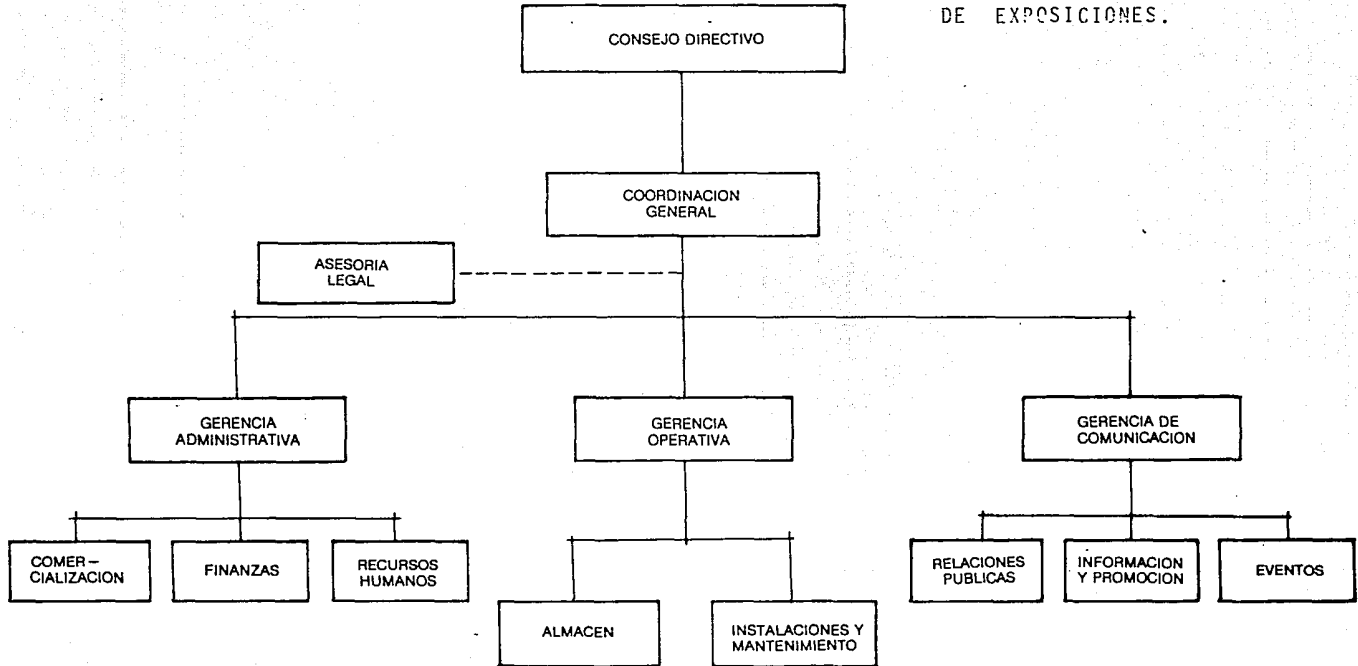
Explicar las funciones de cada miembro de una estructura resulta difícil ya que, por un lado, los encargados de un área con el tiempo tienden a abarcar otras labores no contempladas en la organización y, por otro, sus habilidades e intereses cambian, pero se puede establecer cuál es la parte básica.

La estructura de organización para Exposiciones se divide en 3 Gerencias: Administrativa, Operativa y de Comunicación, a cargo de un Consejo Directivo y coordinados por una persona con cualidades personales específicas.

Las características que poseen los Gerentes van un poco más allá de lo que normalmente se les exige.

Las Exposiciones son un campo fascinante considerado ya como industria, que podremos apreciar en este capítulo.

ORGANIGRAMA BASICO PARA ORGANIZACION
DE EXPOSICIONES.



3.1. CONSEJO DIRECTIVO.

El Consejo es creado legalmente por el acta constitutiva de la institución. Los estatutos le otorgan autoridad para ejercer sus facultades y adquiere existencia legal.

Las desiciones que toma son colectivas, de grupo, nunca como individuo.

"Las opiniones y acciones se originan en sus miembros, de cuya formación experiencia, conocimiento y actitud depende lo que es resuelto por el Consejo.

"Al Consejo de Administración "Directivos" llegan muchos asuntos para su consideración y acción. Por conveniencia, los clasificaremos bajo cuatro encabezados:

- I) determinación de objetivos,
- II) selección de altos gerentes,
- III) estructura financiera de la empresa, y
- IV) revisión y aprobación." (11)

Asimismo, en varios casos, el Consejo desempeña un papel activo en la formulación de las políticas básicas de la empresa. Esto está de acuerdo con las sugerencias sobre cómo se van a alcanzar los grandes objetivos.

"El presidente "Coordinador General" de una compañía casi siempre es elegido por el Consejo de administración, pero la selección de otros altos funcionarios por parte del Consejo varía mucho. Por lo general se sigue la práctica de que el presidente

(11) Principios de Administración. George R. Terry. Cia. Ed. Continental, S.A. 1984. Págs. 401,402.

elija a sus colaboradores más cercanos, sujeto a la aprobación del Consejo. Además, los asuntos de retribución (salario base, gratificaciones y gastos de representación) son resueltos por el consejo". (12)

"¿Cuál es el tamaño adecuado para un consejo de administración? Las opiniones varían, pero quizá un mínimo de cinco y no más de quince miembros es muy satisfactorio para la mayoría de las empresas. La cantidad de miembros debe ser lo bastante grande para ser representativa pero no tan grande que resulte difícil de gobernar. Si el Consejo sólo es una fachada utilizada únicamente para el status y prestigio, la cuestión del tamaño carece de importancia (...)

"(...) El formato del consejo puede ser (I) por miembros de la empresa, esto es, empleados de la empresa que resultan en un Consejo interno, o (II) por miembros de adentro y de afuera (de la organización) que resultan en un Consejo Externo." (13)

Para una exposición comercial o industrial realizada en alguna entidad del país por el Sector Oficial, el Consejo Directivo podría ser el siguiente:

SECTOR PRIVADO

- Pdte. de la Canaco
- Pdte. de la CANACINTRA
- Pdtes. de asoc. y soc. industriales.

SECTOR PUBLICO

- Srio. de Fomento Ind. y Comercio
- Srio. de Desarrollo
- Dir. Gral. de Comn. Social

Presidente del Consejo: Gobernador del Estado.

(12), (13) Principios de Administración. George R. Terry. Cia. Ed. Continental, S.A. 1984. Págs. 401,402.

Ahora que, si la exposición es realizada por alguna Cámara o asociación industrial o comercial local (que es lo más usual y recomendable), el Consejo se integra de acuerdo a las decisiones del Presidente de la agrupación.

3.2. COORDINACION GENERAL.

En las funciones de organización se cuestiona si ésta debe ser construida en base a las labores o a las personas. Esto se debe al hecho de que, en la mayoría de las empresas, las actividades de trabajo son estables por lo que de allí se toman las bases para organizar el trabajo, mientras que en lo referente a las personas, sus habilidades e intereses son susceptibles a cambios. "Las personas cambian, son las instituciones las que permanecen", es una frase conocida por todos.

Luego entoces, determinar la organización se funda basándose en las labores del cargo.

En exposiciones, el Coordinador General de los trabajos debe poseer ciertas cualidades personales y preparación profesional.

Interpreta correctamente los lineamientos, acuerdos y políticas marcadas por el Consejo Directivo para delegarlos a los Gerentes de cada grupo conforme a las estrategias que decida, buscando traducir las instrucciones en tareas que formarán en conjunto la obra que se planeó.

Es un hábil manejador de las relaciones humanas, de los intereses y objetivos de su institución y de los participantes en el evento.

3.2.1. CARACTERISTICAS DE LAS GERENCIAS Y DIRECCIONES

En el transcurso de este capítulo observaremos 3 tipos de Gerencias: de Administración, Operativo y de Comunicación. Los trabajos propios de cada Departamento a su cargo están especificados y, para evitar caer en repeticiones, se desarrollará en éste punto las características que deben poseer los Gerentes de cada grupo, que son las mismas para los Directores del Comité Organizador de Ferias del próximo capítulo.

Los Gerentes conocen las labores propias de cada Departamento y tienen la capacidad para mejorarlos, pero eso no es todo lo que requieren para que las tareas se lleven a cabo óptimamente.

George R. Terry, en su libro Principios de Administración, explica que "describir todas las funciones de los puestos en cualquier organización es una tarea compleja y difícilmente incluirá todo, además, cualquier cosa que se explique al respecto está sujeto a interpretaciones, y el ejecutivo típico con el tiempo se mueve y ocupa áreas no definidas específicamente como trabajo de otro Gerente"; lo anterior es válido para los Directores del próximo capítulo.

Más adelante señala que "Las características comunes de un gerente también se emplean para determinar las especificaciones de un gerente. Estas características son de carácter general, es decir, no específicas, y de ninguna manera pueden usarse en forma

precisa. Conviene tomarlas en conjunto. La falta de estas cualidades en un candidato probablemente significa que no es conveniente para el trabajo gerencial; pero al mismo tiempo, el hecho de que uno las posea no quiere decir que necesariamente tendrá éxito en este trabajo."

Si se trata de un Gerente en Exposiciones organizadas por organismos de Iniciativa Privada, toda su capacidad y deseos de superación los puede canalizar directamente sobre sus labores, ya que muy improbablemente será atacado o bloqueado por alguien propio o ajeno a la organización; desgraciadamente, en México no podemos decir lo mismo para los encargados de una Dirección del Gobierno que se dedique a la administración de Ferias o Exposiciones. Aquí la forma de conducirse es demasiado compleja y oscura como para pretender explicarlas en unas cuantas líneas.

Ahora bien, cada Director o Gerente deberá marcar lineamientos a seguir a los Departamentos a su cargo para que logren la mejor realización de sus labores; mantienen una constante supervisión de las mismas; preparan el informe periódico de las actividades; justifican y tramitan la adquisición de los recursos propios de sus respectivas Gerencias o Direcciones; rinden informes extraordinarios y califican los resultados para obtener la evaluación final de los trabajos con el fin de mejorarlos en el próximo evento.

3-2.2. ASESORIA LEGAL.

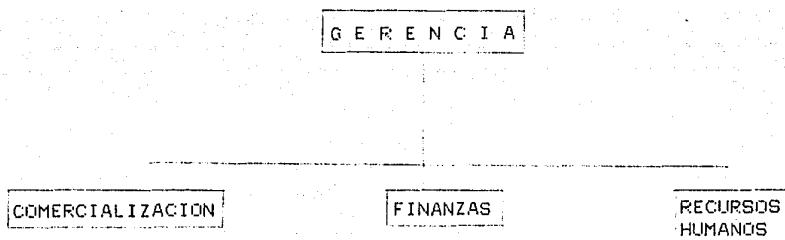
Funciona como apoyo en línea staff para el Coordinador General y el Gerente Administrativo.

Tiene a su cargo la realización y supervisión de toda la documentación, con el objeto de no quebrantar ninguna forma legal en los contratos, recibos, convenios y necesidades que se plantean con los expositores para su resolución.

Le corresponde tramitar los permisos correspondientes al evento: municipales, estatales, federales e internacionales, ante los diferentes organismos oficiales.

De igual manera, asesora la contratación de servicios diversos que los eventos requieren, como son artistas, montaje y desmontaje de stands, seguros, vigilancia, meseros, etc.

3.3. GERENCIA ADMINISTRATIVA.



3.3.1. COMERCIALIZACION.

La actividad que en México conocemos como Comercialización, es nombrada en E.U.A. "Marketing". S. Watson Dunn, en su libro "ADVERTISING, Its role in Modern Marketing" menciona al principio del capítulo 3, pág. 42, la definición en que estuvieron de acuerdo un grupo de especialistas reunidos en mesa redonda por la revista Life: "La Mercadotecnia es la suma total de todas las actividades necesarias para convertir el poder adquisitivo del consumidor en demanda efectiva". El término Marketing fue traducido literalmente por Eduardo Escalona; su interpretación correcta al español es Comercialización.

Comercialización es el departamento que tiene la gran responsabilidad que exigen las ventas, lo que lo convierte en la labor vital del evento.

Del éxito de este grupo depende el lograr las metas y objetivos de la Exposición.

Le corresponde coordinar las ventas de los stands de acuerdo a las políticas y criterios definidos por el Consejo Directivo.

Establece mecanismos de ventas en su plan operativo (planes de ventas, estrategias, prioridades, etc.), diseñados de acuerdo a los distintos grupos de compradores (estatales, nacionales e internacionales, ya sean de la industria, comercio o servicios).

Participa con el Consejo Directivo en la fijación de precios por stand, de espacios publicitarios exteriores e interiores y concesiones de uso y renta durante el evento.

Diseña, en coordinación con Asesoría Legal, la documentación necesaria para la venta y recuperación de los stands.

Para realizar sus labores elabora lo siguiente:

- a) El calendario de ventas de stands.
- b) Relación de compradores potenciales.
- c) Equipos de ventas: estatal, nacional e internacional.
- d) Presentaciones para promover el evento en coordinación con la Gerencia de Comunicación.
- e) Material necesario para ventas (folletos, manuales, diapositivas, etc.).

Los equipos de ventas reportan de inmediato toda transacción que vayan realizando al jefe de Comercialización, a fin de tener actualizado el plano del Centro de Exposiciones.

3.3.2. FINANZAS.

Determina el presupuesto operativo de cada Exposición.

Efectúa los pagos de salarios a todo el personal, de planta y eventual.

Tramita lo necesario para la obtención de los requerimientos financieros que permitan solventar los compromisos económicos.

Compara y aprueba presupuestos.

Realiza las funciones de tesorería del evento.

Diseña los sistemas contables necesarios y cada mes presenta un balance dando a conocer la situación económica de cada evento al Consejo Directivo.

Es el responsable del control financiero y contable de cada evento.

3.3.3. RECURSOS HUMANOS.

Tramita y/o contrata los servicios para las labores de:

Vigilancia en Areas comunes (diurna y nocturna),

Limpieza,

Seguridad,

Edecanes,

Conserjes,

Meseros,

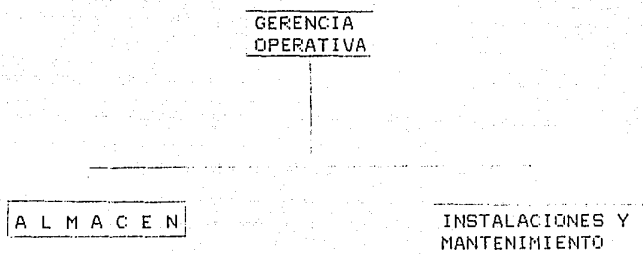
Choferes, etc.

Entrega papeleria, cartas, invitaciones, paquetes y mensajeria en general dentro de la ciudad y envia al exterior.

Proporciona el personal necesario para levantar encuestas.

Capacita al personal de base y eventuales, seleccionándolos según sus aptitudes para ubicarlos donde mejor se desempeñen.

3.4. GERENCIA OPERATIVA.



3.4.1. ALMACEN.

El encargado del Almacén logra la mejor distribución del espacio para mayor facilidad de movimiento.

Lleva el control del almacén mediante formas para registro.

Revisa el estado de los materiales en su entrada y salida y reporta anomalías.

Se encarga del custodio de los materiales que se le envíen.

Si algún stand no es desmontado, los objetos son entregados al Almacén para su custodio.

El Almacenista mantiene especial cuidado en revisar las formas de pedido debidamente autorizadas y en la seguridad del local: puertas, ventanas, conexiones eléctricas, extinguidores, etc.

3.4.2. INSTALACIONES Y MANTENIMIENTO.

Efectúa o supervisa la instalación de stands, conmutador, extensiones, planta de luz emergente, módulos, preparación de salones para eventos, montaje para exhibiciones, ciclos de conferencias, señalamientos, etc.

Realiza o tramita reparaciones del sistema eléctrico, agua, stands, puertas, goteras e imprevistos.

Mantiene en óptimo funcionamiento las instalaciones telefónicas del grupo organizador, equipos de radiocomunicación, vehículos y mobiliario de oficina.

Instala los materiales promocionales dentro y fuera del Centro de Exposiciones.

Supervisa o efectúa el desmontaje.

NOTA: Se utilizan dos opciones "supervisa o realiza", debido a que el organismo puede poseer su equipo propio de paneles para stands, iluminación, extensiones telefónicas, etc. o renta el servicio a empresas especializadas (ver punto 1.4.2. "Las Exposiciones").

3.5. GERENCIA DE COMUNICACION.



3.5.1. RELACIONES PUBLICAS.

Las Relaciones Públicas se dan a dos niveles: el Interno (se realiza en los Departamentos de la propia institución) y el Externo (las instituciones con las que se desarrolla la vida de relación y la sociedad en gral.).

Su objetivo primordial es lograr la integración social de ambos en forma duradera, operacional y productiva.

El Acuerdo de México las define así:

"-El ejercicio de las Relaciones Públicas exige una acción planeada, el apoyo en la investigación de la comunicación sistemática, en la participación programada, el elevar el nivel de entendimiento, de solidaridad, de colaboración entre una unidad pública y privada y los grupos sociales vinculadas. Esto se da en un proceso de integración, de intereses legítimos, para promover su desarrollo recíproco y el de la comunidad a la que pertenece."(14)

Entonces, las Relaciones Públicas son la conducta social de la institución. El encargado de llevar esta conducta debe estar muy consciente de ello.

Durante las etapas de planeación y ejecución del evento, las Relaciones Públicas se ejercen de forma interna (hacia los Departamentos del organismo) y externa (hacia las diferentes instituciones con las que tiene una vida de relación) con todos

(14) Apuntes de la materia Relaciones Públicas, U.A.G., Esc. de Ciencias de la Comn., 7o. semestre, Prof. Ubaldo López, 1987.

sus sistemas y procedimientos, pero al aproximarse la ejecución de un evento y en su transcurso, las Relaciones Públicas se dan en forma exclusivamente Externa. Sus actividades durante este período son conocidas como "herramientas de las Relaciones Públicas" y adquieren un grado mayor de importancia durante el mismo. Sus labores son:

- Apoya a Comercialización en las ventas realizando visitas promocionales dentro del Estado.
- Le corresponde atender el módulo de información y el control y registro de los visitantes.
- Realiza la entrega de gafetes a prensa, invitados de honor, expositores, grupo organizador y todos aquellos que le sean requeridos por la Gerencia.
- Atiende a visitantes distinguidos dentro del evento y los acompaña en los recorridos atendiendo sus preguntas.
- Dirige el servicio de edecanes ocupándose de recepcionar y ubicar a los asistentes en cocteles de presentación, bienvenida, eventos promocionales, eventos de clausura y la organización de los mismos.
- Entrega material informativo y gafetes a los visitantes. Recibe y canaliza sus quejas y aclara dudas (las de expositores se encargará Comercialización).
- Arma los salones para ruedas de prensa conjuntamente con los Deptos. de Eventos e Información y Promoción.

-Recepciona a visitantes distinguidos (estos son acompañados y atendidos en sus preguntas por miembros del Consejo Directivo y el Coordinador de la Exposición).

-Redacta cartas de invitación, folletos de promoción, ventas, agradecimientos, solicitudes.

-Elabora listas de personalidades estatales y hace llegar sus invitaciones.

-Diseña y levanta encuestas para la evaluación de las exposiciones.

3.5.2. INFORMACION Y PROMOCION.

"Entre lo que se dice y se retiene, la información, en síntesis, es el principio del proceso; la comunicación, el circuito que la cierra (...)

"(...) La información, reiteramos, no es comunicación por sí sola, aunque haya quienes -con enfoques demasiado simplistas- piensen lo contrario. Que una información adquiera valor comunicativo, aisladamente, en nada cambia su funcionalidad característica. Es lo que identifica a la parte del todo." (15)

En el caso de la Gerencia de Comunicación, Información y Promoción son el principio del proceso y Relaciones Públicas quien lo cierra.

El Departamento realiza los comunicados y boletines, organiza las ruedas de prensa y hace las minutas de las juntas.

Mantiene siempre un banco de información con documentos, videos y fotografías.

Realiza o supervisa las producciones para Radio y T.V.

Sugiere y proyecta conceptos de contenido que se manejarán en los artículos promocionales, slogans, jingles, fondos musicales, etc.

Promoción se explica como "acción y efecto de promover (...) elevación o mejora de las condiciones de vida, de productividad, etc.; acción de fomentarlas." (16)

(15) Comunicación y Comunicología. Eulalio Ferrer Rodríguez. Ediciones EUFESA, 1982. Págs. 27 y 28.

(16) Gran Diccionario Enciclopédico Ilustrado de Selecciones del Reader's Digest. XIII ed. tomo 9, pág 3080. 1980.

Cuando se desea promover se piensa en una campaña, en un movimiento a favor. Todo lo que se realiza en la Gerencia debe llevar el mismo sello, la misma línea, la misma política, para lograr, en corto tiempo, proyectar la imagen de seriedad y profesionalismo del evento gracias a la uniformidad observada en sus métodos de promoción.

En las exposiciones podemos decir que los artículos para promoción son un mensaje hecho color y forma, y que las informaciones oficiales son la voz e imagen del evento, es por ello que su forma de expresión debe ser propia de una institución profesional.

De acuerdo con lo anterior y con las políticas determinadas por el Consejo Directivo, diseña (y a veces elabora) artículos promocionales como:

Carteles	Fistoles	Llaveros	Encendedores
Folletos	Botones	Folders	Plumas
Displays	Gafetes	Ceniceros	Papelería
Logotipos	Reconocimientos	Medallas	etc...

De igual manera, diseña originales para publicidad, letras, letreros y señalizaciones para módulos de información, acceso, oficinas del comité, pasillos, eventos de promoción y clausura, ruedas de prensa y decoración del Centro de Exposiciones.

Además, dibuja estadísticas, planos y mapas que sean requeridos para rendir informes gráficos al Presidente, Consejo Directivo, Expositores y Medios de Comunicación.

Ubica adecuadamente los materiales promocionales del evento y de los expositores dentro y fuera del Centro de Exposiciones.

La respuesta (evaluación) de una Exposición se obtiene realmente estudiando tres partes:

- I) el resultado de las encuestas levantadas,
- II) la participación de nueva cuenta por parte de los expositores,
- III) las actividades realizadas con motivo de la Exposición.

Este último punto corresponde a Eventos. El tema y el tipo es seleccionado de acuerdo a los intereses de los expositores y/o asistentes, y según las necesidades propias de la Exposición. De aquí tenemos que se efectúan:

- Cockteles de promoción,
- Ceremonia de inauguración,
- Ciclos de conferencias,
- Mesas de trabajo,
- Presentación a los Medios de Comunicación,
- Rifas,
- Ceremonia de Clausura, etc.

Los cocteles de promoción se realizan en horarios accesibles para los invitados (compradores potenciales de stands) y presentan folleteria, videos, diapositivas y todo material que dé a conocer la naturaleza y beneficios de la Exposición.

La ceremonia de inauguración se efectúa con la presencia de los representantes de los Medios de Comunicación y se invita a una personalidad para que corte el listón y dé el recorrido inaugural. Las palabras por parte de un representante de la

organizaci3n son parte esencial del acto.

El ciclo de conferencias se lleva a cabo con personalidades de la materia, conocidos por los miembros del ramo y con alto prestigio. Los expositores e invitados tienen aqu3 la oportunidad de hacer preguntas de su inters a grandes conocedores, al mismo tiempo que escuchan nuevos conceptos, experiencias e ideas de otras latitudes y enfoques.

Las mesas de trabajo abren campo para establecer nuevos sistemas de cooperaci3n entre los asistentes. Se presentan en ellas propuestas y se ventilan a manera de pl3tica (a veces informal) las formas de realizarlas.

La presentaci3n a los representantes de los Medios Informativos ser3 la primera impresi3n que la sociedad recibir3 del evento, es por ello que debe ser la mejor posible. Debe iniciar puntualmente y ser concreta; puede realizarse a manera de un show peque1o, siempre mostrando el car3cter que conlleva la Exposici3n. Los bocadillos y bebidas antes y despu3s son recomendables, al mismo tiempo que se reparten boletines, folletos y fotograf3as.

La ceremonia de clausura reune de nuevo a los representantes de los Medios. Se pronuncia un discurso dando a conocer detalles del evento y se entregan reconocimientos de participaci3n. Desde un coctel hasta una cena-show es posible si los recursos de la Organizaci3n lo permiten.

3.6.RELACION DE EGRESOS Y ESTIMACION DE INGRESOS EN EXPOSICIONES

C O N C E P T O S:

MATERIAL DE PROMOCION

- Folleteria promocional extranjera.
- Folleteria promocional nacional.
- Directorio de Expositores.
- Tarjetas de Presentación.
- Contratos.
- Reglamentos.
- Reconocimientos.
- Displays
- Posters.
- Folders.
- Articulos promocionales.
- Otros.

STANDS E INSTALACIONES

- Comisiones sobre ventas de stands.
- Viáticos y representación extranjera.
- Viáticos y representación nacional.
- Curso sobre ventas.
- Renta, montaje y desmontaje de stands e iluminación.
- Renta de planta de luz de emergencia.
- Renta del Centro de Exposiciones.
- Renta, instalación y operación de conmutador y extensiones.

ADMINISTRACION

- Sueldos y salarios.
- Aguinaldos.
- Vacaciones.
- I M S S.
- INFONAVIT
- 1% sobre remuneraciones.
- Gratificaciones por exposición.
- Honorarios a profesionistas.
- Papelera y articulos de oficina.
- Comisiones y situaciones bancarias.
- Gastos por juntas de trabajo.
- Seguro de cada exposición.
- Combustibles y lubricantes.
- Adquisición de publicaciones.
- Multas y recargos.
- Permisos e impuestos.
- Otros.

EVENTOS

De presentación.
De inauguración.
De clausura.
Ruedas de prensa.
Conferencias.
Mesas de trabajo.
Otros.

SERVICIOS

Vigilancia.
Edecanes.
Meseros.
Transporte.
Intendencia.
Renta de sillas y mesas.
Maestro de ceremonias.

MEDIOS DE COMUNICACION

Anuncios en prensa local, nacional y extranjera.
Producciones para T.V. y Radio.
Transmisiones por T.V. local y estados vecinos.
Transmisiones por T.V. extranjera.
Transmisiones por Radio local, estados vecinos y extranjeros.
Mantas y bardas rotuladas.
Anuncios espectaculares.

En lo que a ingresos se refiere, la mayoría es por concepto de ventas de stands. Las demás fuentes varían según los objetivos de la Exposición y las políticas del Consejo Directivo.

Normalmente se obtienen otros ingresos en la venta de espacios para ubicar artículos publicitarios dentro del perímetro del Centro o sus zonas aledañas: globos aerostáticos, promociones impresas, armadas o inflables, etc.

El óptimo conocimiento del manejo de ingresos y egresos se logra mediante la práctica, adentrándose en los conocimientos que cada exposición en particular requiere y comprendiendo las características socio-económicas de la región donde se realiza.

Una fórmula muy general nos permite estimar de forma aproximada los ingresos por exposición:

A la Cantidad Invertida en una Exposición (C.I.E.) se le agrega un porcentaje por concepto de Ingresos Por Exposición (I.P.E.). Lo anterior nos dará un gran total el cual se divide entre el número de stands.

Por ejemplo, suponiendo que el número de stands es de 250, que la C.I.E. fue de 725 millones de pesos y que el porcentaje de I.P.E. se pretende que sea del 22 %, tenemos:

C.I.E.	725'000,000.=	
22% I.P.E.	187'000,000.=	+
	<hr/>	
Gran total:	937'500,000.=	
÷ núm. de stands:	250	
	<hr/>	
Precio por stand:	3'750,000.=	(tres millones, setecientos cincuenta mil pesos).

NOTA: Este capítulo fue realizado gracias a la valiosa orientación de la Gerencia de Ferias y Exposiciones de la CANACO-Jalisco, y de la Dirección de Exposiciones de la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco (AFAMJAL).

CAPITULO

IV

ESTRUCTURA BASICA PARA REALIZAR FERIAS EN MEXICO

S U M A R I O

4.1. CONSEJO DIRECTIVO DEL COMITE ORGANIZADOR.

4.2. COORDINADOR GENERAL.

4.3. DIRECCION DE CULTURA Y RECREACION.

4.4. DIRECCION ADMINISTRATIVA.

4.5. DIRECCION DE COMUNICACION SOCIAL.

P R E A M B U L O

La función de grupo más adecuada para realizar Ferias es el COMITE. Sus características encajan ventajosamente en las necesidades para organizar la serie de eventos sociales que conforman una Feria.

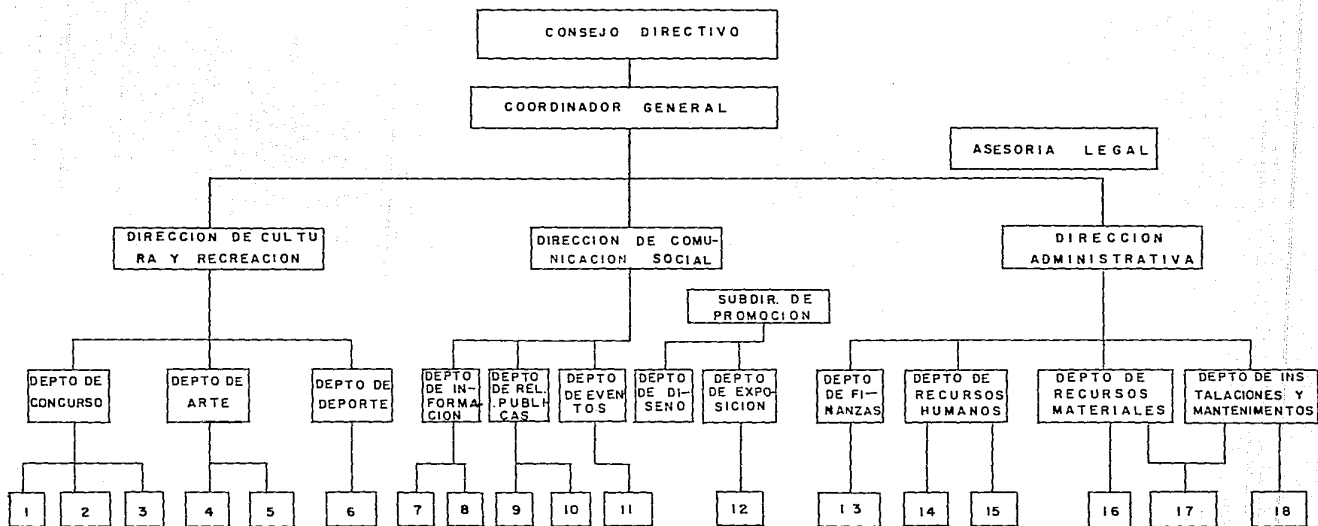
El puesto que ocupa el Coordinador de los trabajos es el de Director General y es responsable de las 3 grandes divisiones de la Feria, estructuradas cada una en Direcciones: Cultura y Recreación, Comunicación Social y Administración.

El organismo aquí referido es la estructura BASICA que debe comprender una institución encargada de realizar las Ferias de un Estado, lo que significa que puede diversificarse en otros Departamentos e incluso Direcciones, si el desarrollo de los eventos así lo requieren.

Es decir, un Comité de esta naturaleza tiene la capacidad para organizar todas las Ferias municipales, que en ocasiones son de mayor proyección que la realizada en la capital del Estado.

Este capítulo enumera las funciones generales que desempeña cada Dirección, la Dirección General y el Consejo Directivo, quienes requieren de una comunicación efectiva para laborar exitosamente.

ORGANIGRAMA BASICO DE UN COMITE ORGANIZADOR DE FERIAS



- 1. ARTISTICOS
- 2. MANUALES
- 3. POPULARES
- 4. MUSICA, TEATRO Y DANZAS
- 5. FOLKLORE Y TRADICIONES
- 6. CHARRERIA

- 7. RADIO Y T.V.
- 8. PRENSA
- 9. INTERNAS
- 10. EXTERNAS
- 11. ESPECTACULOS
- 12. EXPOSICION GANADERA

- 13. VENTAS
- 14. PERSONAL DE BASE
- 15. SELECCION Y CAPACITACION
- 16. TRANSPORTES
- 17. ALMACEN
- 18. INTENDENCIA

4.1. CONSEJO DIRECTIVO DEL COMITE ORGANIZADOR.

En el capítulo pasado vimos que la función de grupo para una exposición es el Consejo Administrativo. En este caso, la función de grupo idónea para la organización de una Feria es el COMITE.

"Literalmente, la palabra "comité" designa a aquellos a los que se delega algún asunto o algún cargo. Se puede definir como un cuerpo de personas electas o designadas para reunirse sobre una base organizada para tratar y discutir los asuntos que se le encomienden. Este es un comité desde el punto de vista formal."(17)

"Para facilitar la discusión y el intercambio de ideas, el tamaño del comité deberá ser de 3 a 17 miembros como los límites más prácticos, pero quizá de tres a siete sea el número preferido. Los miembros del comité deben tener mutuo respeto por los intereses de uno y otro, comprender los puntos de vista que se presenten sobre un caso, expresarse con claridad y concisamente, pensar en forma independiente e integrar, así como intentar conclusiones provisionales presentándolas para su ejecución. Muchos creen que, para mejores resultados, todos los miembros deben ser aproximadamente del mismo status. Esto evita la tendencia de que un miembro de posición superior, domine o incline indebidamente el pensamiento de los miembros del comité.

Por lo general, la clave del éxito de un comité es su presidente. Si lo dirige bien, las sesiones pueden ser muy fructíferas.

(17) Principios de Administración. George R. Terry.
Co. Ed. Continental, S.A. cuarta ed. 1980, pág.399.

Entre las cosas que debe hacer un buen presidente de comité están la planeación y preparación cuidadosas de una agenda u orden del día, procurar que todos los miembros reciban con bastante anticipación toda la información necesaria, evitar que las discusiones se salgan del punto en cuestión y dar a cada miembro la oportunidad de expresarse."(18)

Definir el número de los integrantes para un Comité de esta naturaleza va en relación directa con la cantidad de sectores que participarán, por lo que la cantidad de miembros tiende a ser alto, en algunos casos hasta mayor de 20 personas.

Como ya dijimos, en una Feria participan todos los sectores de una entidad, y los dirigentes de cada sector son llamados a formar parte del Comité Organizador como integrantes de un Consejo Directivo.

Debido a que la Feria es organizada por todos los sectores y organizaciones de un estado, tanto del orden público como privado, la presidencia del Comité es cargo que corresponde al Gobernador. Periódicamente recibe los reportes de los preparativos para el evento en las juntas de Comité (ordinarias y extraordinarias).

Al presidir estas reuniones, el Gobernador está marcando el "sello" que caracterizará a la Feria. De sus decisiones depende que el evento se desarrolle como una muestra de lo que la entidad es y proyecta ser, o se lleve a cabo como una auténtica borrachera colectiva.

(18) Principios de Administración. George R. Terry. Co. Ed. Continental, S.A. cuarta ed. 1980, pAg.399.

Las disposiciones que resuelva el Comité deben considerar siempre las opiniones de los públicos a este respecto (la Feria es de y para la sociedad). Para lograr esto, instrumentan formas para que se conozca la opinión pública sobre este caso (encuestas, comentarios por T.V., Radio y Prensa, etc.), para evaluar y determinar lo que la sociedad espera de su fiesta máxima.

4.2. COORDINADOR GENERAL

Lo expuesto en el capítulo anterior a este respecto es válido para este caso, ya que las características de personalidad y preparación en un Coordinador General de Ferias o Exposiciones son similares, solo que con algunas variantes.

En Ferias, este cargo trae implícito una posición política y una representación social de primer orden para la persona que lo ocupa, razón por la cual su elección debe ser en base a sus capacidades intelectuales y personales y no por cuestiones de amistad o interés (cosa muy frecuente).

En las Ferias pequeñas de hoy, el coordinador (presidente del patronato de feria) suele ser el director de la escuela local, un profesor de renombre, el jefe del departamento de cultura o, en el mejor de los casos, el presidente municipal. Cualquiera que sea el caso no afecta negativamente a una Feria pequeña, pero tratándose de una Feria estatal, con proyección desde regional hasta internacional, resulta muy peligroso -políticamente hablando- colocar en esta posición a una persona que, por falta de preparación, haga parecer al Comité Organizador como incompetente. Es importante mencionar que el tipo de Comité aquí estudiado no se encarga de organizar únicamente la Feria estatal; el organismo tiene capacidad para realizar las Ferias municipales que, en ocasiones, son de mayor proyección que las de la capital del Estado (por ejemplo, la Feria Internacional de Tapachula, Chiapas).

El Director General debe estar al tanto de todas las disposiciones resueltas por el Consejo y mantener un archivo grabado de ellas (de preferencia en video). Para lograr esto, asiste siempre a todas las juntas de consejo y, cuando es requerido, solicita audiencia directa con el Gobernador.

En una Feria los intereses son variados y complejos (algunos no parecen tener razón de ser y otros efectivamente no lo tienen). Muchas veces estos intereses son encontrados o chocan entre ellos. Cuando esto último sucede, el coordinador se ve bombardeado por todo tipo de estrategias, argumentos -y artimañas- de las partes que se sienten afectadas, por lo que debe ser lo suficientemente hábil para reconocer los conflictos, encontrar las soluciones y proponer o establecer la solución antes de que, lo que originalmente pudo ser un malentendido o problema menor, se transforme en un problema de proporciones mayores que afecte negativamente al evento (y a la imagen del gobierno).

Los pocos documentos que en alguna de sus partes tratan el tema de "los eventos sociales" o "eventos de promoción y festejo" (siempre para empresas), y cualquier persona interrogada al respecto, coinciden en señalar que las características que debe poseer una persona que se encargue de coordinar estos trabajos son: capacidad, honradez y dinamismo, mas no especifican el tipo de preparación profesional que deba tener (hay inclusive quienes piensan que para esto no es necesaria). Visto de manera general, se puede deducir que, como en las ferias se presentan muchos eventos del orden cultural y folklore, entonces el

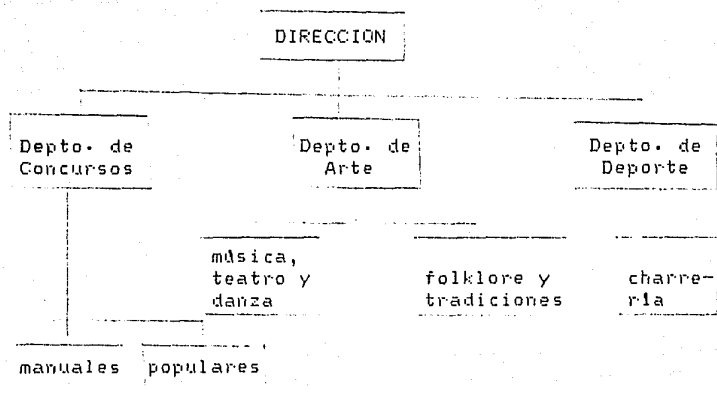
encargado debería ser un profesional de la cultura; o como en las Ferias se manejan muchos materiales, personal y dinero, entonces un Lic. en Administración es lo ideal; pero como también se realizan "shows", concursos y bailes, pues que se encargue un promotor de espectáculos. ¿Entonces quién es el idóneo? ¿Acaso los coordinadores deberían ser varios y no uno solo?

La respuesta no es sencilla, pero dejando de ver las cosas de manera general, el panorama es otro. Tal y como se vió en el organigrama anterior, una Feria se divide en tres Direcciones principales:

- I) Cultura y Recreación.
- II) Comunicación Social.
- III) Administración.

Los encargados de cada grupo por lógica deben ser personas preparadas al efecto, de preferencia con estudios a nivel licenciatura y con cualidades para delegar funciones y decidir la resolución inmediata de imprevistos. La preparación que se sugiere en este trabajo para el Coordinador es, preferentemente, dentro de alguna de las 3 grandes divisiones que comprende una Feria, con las cualidades personales ya mencionadas.

4.3. DIRECCION DE CULTURA Y RECREACION.



DIRECCION DE CULTURA Y RECREACION:

Las actividades culturales y recreativas de la Feria son las que preservan las tradiciones, costumbres y folklore de la sociedad.

Para poder abarcar la gama de eventos que se realizarán, se divide la Dirección en tres Departamentos:

- I) Concursos,
- II) Arte,
- III) Deporte.

El DEPARTAMENTO DE CONCURSOS se subdivide a su vez en tres Áreas: Concurso Artístico, Concurso Manual y Concursos Populares.

El Jefe del Departamento en coordinación con su Director, define el lugar de cada concurso, fechas, horarios, redacción de la convocatoria, premios, categorías, jurados y realiza los trámites necesarios para conseguirlos. Una vez terminado, lo hace del conocimiento de las Áreas para que ejecuten los concursos.

Lo Artístico comprende poesía, declamación, oratoria, y literatura, canto, y actuación; el Área manual modelaje, pintura y escultura y los Populares toda una amplia variedad: Concurso de Meseros, cocteles, platillos, mascotas, carreras de costales, bicicletas adornadas, papalotes, el "palo encebado" (que ha perdido popularidad), "péguele la cola al burro"; y otros más modernos como los "rallys del saber". En los E.U.A. se han popularizado concursos-competencias donde se elige qué muchacha se vé mejor con la camiseta mojada y qué muchacho se toma más cervezas. Esperemos que la tendencia de imitar lo que se hace en

el país vecino no se haga presente en este caso.

La convocatoria debe ser dada a conocer con la anticipación suficiente y los encargados de cada área estar atentos a las inscripciones, llevarlas mediante formas y aclarar las dudas de los interesados en participar.

Los premios representan en cierta forma una motivación para ingresar, y considerar la calidad del premio es función del Director. Es conveniente entregar a todos los concursantes un Reconocimiento impreso por su participación, para hacer manifiesto el agradecimiento del Comité por el esfuerzo de las personas. El tipo de premio lo determinan las categorías de concurso: infantil, juvenil, profesional, aficionados, etc.

El DEPARTAMENTO DE ARTE tiene a su cargo las presentaciones artísticas que se realizan, ya sean de entrada libre o taquilla. Para lograrlo, es dividido en dos Áreas:

I) Música, Teatro, Danza.

II) Folklore y tradiciones.

Si el Comité está en posibilidades de contratar compañías de danza, música o teatro de renombre, es recomendable que considere un costo de recuperación en los boletos de taquilla. Este tipo de contrataciones se realizan de preferencia con un año de anticipación, para encontrar disponibles un mayor número de compañías y hacer una mejor selección o asegurar aquella por la que se tiene particular interés.

La persona encargada del Area de Folklore y Tradiciones es alguien con algo más que conocimientos al respecto. Debe tener verdadero amor por las costumbres locales; investigar frecuentemente al respecto; visitar las Fiestas de las poblaciones del Estado y distinguir a los mejores exponentes de la expresión folklórica. De esta forma podrá rescatarlas y mantenerlas vivas.

Para ambas Areas se presentan las necesidades de transporte de grupos, por lo que tienen a su disposición autobuses para transportar a los artistas y camionetas (3 tons. es lo común) para el equipo. La necesidad de transporte es mucha y representa una importancia extrema su control, para ello, se realiza un programa de viajes según los que se requieran. Por ejemplo: Un grupo A arriba a las 7:00 AM por avión y los grupos B y C por la misma vía a las 9:30 y sólo se dispone de dos autobuses. El encargado del Area debe registrar cuántas personas vienen por grupo y con qué cantidad de equipo, a qué hora son sus presentaciones y ensayos, en qué hotel se hospedarán cada grupo, qué actividades extras realizarán en la ciudad durante su estancia y quiénes son las personas oficialmente encargadas de cada grupo. Con éstos datos, procede a realizar un programa de los viajes que tendrán que efectuar los autobuses a fin de que todos lleguen a su destino a tiempo, mismo que es entregado a Recursos Materiales. Veamos un corto ejemplo en la siguiente página.

(EJEMPLO)

HORA	L U G A R	RECOCGE GPO.	TRANSPORTA A	ESPERA?
6:30	aeropuerto	A	hotel "x"	no
9:00	aeropuerto	B	hotel "y"	no
12:00	hotel "x"	A	Teatro(ensayo)	no
13:00	hotel "y"	B	Teatro(ensayo)	si
14:00	Teatro	A	hotel "x"	no
15:00	Teatro	B	hotel "y"	si
15:30	hotel "y"	C O M I D A		

Etc.

El DEPARTAMENTO DE DEPORTE, procurará mantener estrecha coordinación con los comisionados de instituciones deportivas en la Feria. De hecho, la organización de estos eventos recae casi totalmente en estas personas y la posición del Jefe de Depto. pasa a ser de representación del Comité. Mantiene a ambos grupos al tanto de lo que necesitan saber uno del otro.

En lo referente al Deporte Nacional, la Charrería, la posición es distinta. Organiza conjuntamente con la Asociación local de Charros, su programa de actividades durante la Feria; tramita la autorizaciones necesarias para utilizar un estadio o Plaza de Toros para las competencias y suertes charras; asiste a la organización en la elaboración de convocatorias, invitaciones, posters, artículos promocionales, boletines de prensa, y todo aquello que el Comité disponga para apoyarlos.

4.4. DIRECCION ADMINISTRATIVA

DIRECCION

depto. de finanzas

depto. de recursos humanos

depto. de recursos materiales

depto. de inst. y mantenimiento

ventas

personal de base

selecc. y capacitación

transportes

intendencia

almacén

DIRECCION ADMINISTRATIVA:

La Dirección Administrativa se encarga del manejo de los recursos humanos, recursos materiales y el control financiero del Comité. Para ello, su estructura se divide en cuatro Departamentos:

- I) Finanzas,
- II) Recursos Humanos,
- III) Recursos Materiales,
- IV) Instalaciones y Mantenimiento.

Es muy recomendable que el DEPARTAMENTO DE FINANZAS esté a cargo de la Secretaría de Finanzas del Estado. El manejo de capital es muy elevado, tanto en ingresos como en egresos y los conceptos por éste último son muy diversos. Sus funciones son las mismas vistas en el punto 3.3.2. relativo al Departamento de Finanzas de una Exposición sólo que, en el caso de las Ferias, cuenta con un Área de Ventas. Esta Área es comparable con el Departamento de Comercialización del capítulo de Exposiciones, pero con menor complejidad, ya que la Feria no requiere de equipos de ventas tan grandes ni eventos para promoción de ventas.

El DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS tiene a su cargo la contratación del personal de base y temporal. Poco antes del periodo de ejecución de la Feria, debe seleccionar y capacitar en sus respectivas funciones a las personas que sean requeridas por todos los Departamentos del Comité, en vista de que las labores

se extienden. Son requeridos chóferes, edecanes, meseros, vigilantes, supervisores, secretarias, asistentes, auxiliares de oficina, técnicos en electricidad, plomeros, carpinteros, maquillistas, peinadores, etc. Para cubrir esta demanda temporal de personal, es conveniente visitar las universidades locales para invitar a los estudiantes de semestres avanzados a participar en los trabajos que vayan de acuerdo con sus estudios. Otra fuente son las diversas dependencias de gobierno que pueden comisionar algunos empleados al Comité. Estos trabajos corresponden al Area de Selección y Capacitación.

Un DEPARTAMENTO DE RECURSOS MATERIALES administra el Area de Transportes (de cuya importancia hablamos anteriormente) y, conjuntamente con el DEPARTAMENTO DE INSTALACIONES Y MANTENIMIENTO, el Area de Almacén. Transportes debe considerar vehiculos para todo tipo de cuestiones: acarreo de materiales de construcción, equipos delicados, grupos humanos grandes y pequeños, personalidades e invitados especiales, sillas y mesas, equipos de oficina, mensajería, etc. Para lograr cubrir semejante demanda es preciso que, con la anticipación requerida, solicite el apoyo de otras instituciones del Estado que tengan y puedan ceder algunos vehiculos para ser utilizados por el Comité.

El Almacén es cuestión más delicada en Ferias que en Exposiciones. Una vez concluida, el Almacenista tiene que supervisar la devolución de un gran número de materiales y equipos en un tiempo muy corto, y todo aquello que es propiedad del Comité permanece almacenado hasta la próxima Feria (un año

después). Es muy probable que el Almacén guarde licores y piezas de cierto valor que no fueron entregados o vendidos (por ejemplo, trofeos y artículos promocionales), por lo que el resguardo debe estar a cargo de alguien confiable y que pueda llevar un riguroso control de la existencia.

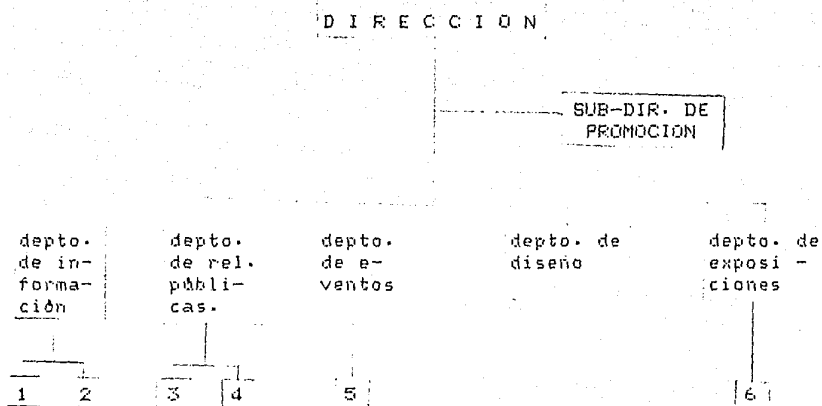
INSTALACIONES Y MANTENIMIENTO monta y construye stands, módulos, carpas, mallas de alambre, etc. y conserva en buen estado los equipos de oficina, iluminación, escenografía, sillas, mesas, equipos de refrigeración, y todo aquello que pertenezca al Comité.

Durante la ejecución de la Feria, tiene un atareado programa de labores: procura que el Ayuntamiento recoja periódicamente los botes de basura ubicados en el perímetro de la Feria, conserva limpias las áreas comunes, mantiene en buen funcionamiento los baños públicos, drenaje y abasto de agua potable, poda árboles, y realiza la limpieza de las oficinas del Comité.

Las instalaciones ideales para llevar satisfactoriamente los trabajos administrativos de una Feria, son aquellas donde en un solo perímetro se ejecuten sus diferentes actividades. Las Ferias de León, Guanajuato; Villahermosa, Tabasco y Zacatecas, Zac. por citar ejemplos, cuentan con instalaciones especiales adecuadas. El problema en éstos casos suele ser el abandono en que caen al terminar el evento y los trabajos de rehabilitación para el siguiente son muy costosos. Una solución al respecto la encontró el Estado de Tabasco, a través de su Dir. Gral. de Comunicación Social y Relaciones Públicas, organizando un programa de eventos

municipales en las instalaciones de su Feria (Parque La Choca)
fuera del calendario de la misma.

4.5. DIRECCION DE COMUNICACION SOCIAL.



- 1- radio y T.V.
- 2- prensa.
- 3- internas.
- 4- externas.
- 5- espectáculos.
- 6- exposición ganadera.

DIRECCION DE COMUNICACION SOCIAL:

Para ejecutar todas las labores que comprende la DIR. DE COMUNICACION SOCIAL, es necesario dividirla en tres Departamentos y una SUBDIRECCION DE PROMOCION:

- I) Depto. de Información,
- II) Depto. de Relaciones Públicas,
- III) Depto. de Eventos Especiales.

La SUBDIRECCION DE PROMOCION se divide en:

- I) Depto. de Diseño,
- II) Depto. Exposiciones.

El DEPTO. DE INFORMACION cuenta con una Sala de Prensa acondicionada con todo el equipo necesario para que los representantes de los Medios de Información realicen su trabajo: Telex, máquinas de escribir, fotocopidora, telefax, líneas telefónicas, documentos sobre el Estado, folletería promocional de la Feria, etc.

Cubre todos los eventos de la Feria y recopila la información de cada uno por medio de sus respectivos organizadores encargados.

Para los eventos relevantes (inauguración, premiaciones, espectáculos, clausura, etc.) programará la presencia de reportero, fotógrafo y camarógrafo para mayor cobertura y poder proporcionar material a todos los Medios que lo soliciten. Para efectuar sus trabajos, el DEPTO. DE INFORMACION se divide en dos Areas: 1) Prensa y 2) Radio y T.V. Cada uno elabora sus comunicados en el formato que le corresponde y saca las copias necesarias.

En coordinación con los Deptos. de Relaciones Públicas y Eventos

organiza las ruedas de prensa y tiene la responsabilidad de emitir el boletín oficial de todas las actividades de la Feria.

Las RELACIONES PUBLICAS se ejecutan en sus dos áreas: Internas y Externas. Las Internas no presentan variantes en relación con las vistas en el punto 3.5.1.; pero las Externas se presentan en un marco más extenso que el del mismo caso. Al aproximarse el periodo de la Feria y durante el mismo, las Areas funcionan como una sola. Sus actividades son diversas:

- Ubica y atiende los módulos de orientación, quejas y personas extraviadas.
- Recepciona y atiende a invitados distinguidos nacionales e internacionales.
- Dirige el servicio de edecanes e intérpretes.
- Elabora las listas de necesidades de gafetes por Departamentos y los entrega.
- Redacta y levanta encuestas para que el Comité evalúe los trabajos.

El DEPARTAMENTO DE EVENTOS ESPECIALES se encarga de los espectáculos, ceremonia de inauguración y clausura. Destaca entre los eventos el de la Elección de la Reina de la Feria. Con este evento se marca el inicio o cierre del festejo y en algunas poblaciones es el evento de mayor interés para la sociedad.

Organizarlo representa una gran tarea de coordinación: coreografía, iluminación, escenografía, T.V. (si es transmitido), efectos especiales, sonorización, maestro de ceremonias, etc. requieren de una guía para que el evento tenga ritmo y

continuidad durante su ejecución. El ensayo general es imprescindible para corregir errores y ubicar al staff y participantes.

El Jefe de Espectáculos encuentra soluciones y no culpables cuando surgen imprevistos durante algún evento. Debe poseer cualidades de improvisación y jamás mostrarse irritado, frustrado o con el ánimo caído para transmitir así seguridad al equipo, que en su mayoría se ven presa del nerviosismo.

Mientras que en otras actividades es negativo, en los espectáculos estar un poco nervioso ayuda a estar alerta y pendiente a cualquier situación. Esto lo saben los artistas y técnicos de experiencia, pero para las participantes casi siempre principiantes, lo recomendable es que reciban un curso de personalidad, superación de imagen o modelaje, que les dé seguridad para hablar en público, ante cámaras y reporteros y con personalidades.

En este evento están puestos los ojos de la sociedad en general y la posibilidad de errores debe ser la menor. El coordinador de la Elección contrata planta de luz emergente, supervisa personalmente y en compañía de un experto lo relativo a seguridad: salidas de emergencia, extinguidores, ambulancia, servicio médico, vigilancia de áreas comunes, etc.

La herramienta indispensable durante la ejecución del evento es el equipo de radiocomunicación para los encargados de cada labor.

La Dirección cuenta con una SUBDIRECCION DE PROMOCION encargada de los diseños de carteles, logotipo, reconocimientos, gafetes, escenografías, convocatorias, anuncios en bardas, mantas y espectaculares, boletos, sellos, medalla conmemorativa, playeras, y todo tipo de artículos impresos.

El Area de Exposiciones depende de esta Subdirección y se encarga fundamentalmente de dos trabajos: la organización de la exposición institucional del sector oficial, y la asesoría de la exposición agrícola y/o ganadera. Esta última normalmente es llevada a cabo por miembros de la(s) asociación(es) local(es) y el Comité de la Feria les proporciona los apoyos que el Consejo Directivo determine.

CONCLUSIONES.

1)- Si bien las Ferias mexicanas aún conservan mucho de las bellezas y atractivos que las hicieron famosas y populares, es conveniente que las instituciones que se encargan de organizarlas se modernicen. Deben ampliar y mejorar sus sistemas y, lo más importante, encontrar la fórmula para evitar que la fiesta máxima caiga en los altibajos en que se ven algunas Ferias de nuestro país: un tiempo son de magnitudes impresionantes y otro caen casi en el olvido.

2)- Una actividad que ocupa todos los días del año y que abarca prácticamente todas las poblaciones del país, requiere de una organización definida y profesional. Algunos Estados tienen dentro de su estructura una Dirección General de Ferias y Exposiciones encargada de todas las Ferias que se realicen en su territorio. Este sistema es, con mucho, más apropiado que dejar que cada población se las arregle como pueda, ya que las experiencias que se acumulan en un año son mucho mayores por la diversidad de eventos que les toca organizar y los directores y ejecutivos de una institución sólida tendrán siempre más recursos y procedimientos para aplicar al caso.

Un grupo de esta naturaleza puede a su vez realizar las Exposiciones que el sector oficial decida organizar, ya sea para fomentar la industria, el comercio o cualquier otra rama económica.

3)- Las Ferias son actividades muy distintas de las Exposiciones y, sin embargo, a unos se les denomina con el nombre del otro y

viceversa (hay hasta las que llevan los dos nombres). Es cierto que en una Feria se exponen cosas, pero los objetivos del grupo organizador no coinciden con todos los motivos por los que los sectores de una sociedad participan. Unos grupos buscan vender, otros comprar; unos divertirse, otros cultivarse; unos pasear, otros trabajar; unos distraerse, otros ocuparse; hay quienes van a ver algo nuevo y quienes desean ver lo tradicional y hasta hay quien no tiene idea de lo que vá a ver. Con esto no se quiere decir que las Ferias son un caos, sino más bien un mosaico tan grande y variado como lo son los grupos sociales.

4)- Como pudimos apreciar, el panorama de las Exposiciones es otro distinto. Los objetivos del grupo organizador deben coincidir con los de los expositores, y éstos dos con los del grupo específico de la sociedad que desea mantener estrecho contacto con ellos, es por ello que la mejor opción para llevar a cabo las Exposiciones, ya sean especializadas o no, son las organizaciones, cámaras o asociaciones de la iniciativa privada, ya que mantienen contacto permanente con sus miembros y con los directivos nacionales, lo que les permite ampliar sus conexiones si es así requerido.

5)- Tratándose de Ferias y Exposiciones, su proceso administrativo incluye un punto más de los que el estudio de la Administración sugiere. Al concluir las fases de planeación, organización, dirección-integración, ejecución y control, se realiza una última fase que marca el fin de los trabajos de un evento y es base para el inicio de su siguiente versión: EVALUACION, donde se obtendrán los datos para efectuar los

cambios que sean requeridos.

Nuestro país tiene mucho que ofrecer y decir al mundo. La imagen del mexicano durmiendo agazapado bajo un gran sombrero se está transformando en la de un mexicano que trabaja y compete. Consolidarnos como un pueblo desarrollado está todavía remoto, pero en la medida en que profesionalicemos los organismos que se dedican a mostrar lo que el país tiene económica y socialmente, en esa medida estaremos agilizando el proceso del crecimiento de nuestro país.

BIBLIOGRAFIA GENERAL

- Enciclopedia Ilustrada Cumbre. tomo 6. Ed. Cumbre. XXIV ed. 1983.
- Enciclopedia Balsa de Consulta Fácil. Tomo VII. Enciclopedia Brittanica, Inc. 1971.
- Diccionario Fundamental del Español de México. Fondo de Cultura Económica. 1982.
- Diccionario de la Lengua Española Océano. Dist. de Ediciones Pedagógicas, S.A.
- Diccionario Anaya de la Lengua. Fundación Cultural Televisa.
- Gran Diccionario Enciclopédico Ilustrado de Selecciones del Reader's Digest. Tomo 9. XIII ed. 1980.
- Comunicación y Comunicología. Eulalio Ferrer Rodríguez. Ed. EUFESA. 1982.
- Advertising, its role in modern Marketing. S. Watson Dunn. trad. al español de Eduardo Escalona. UTEHA, S.A. de C.V. 1980.
- Principios de Administración. George R. Terry. Cia. Ed. Continental, S.A. 1984.
- Introducción a la Teoría de la Comunicación. Tesis de la Esc. de Ciencias de la Comunicación de la U.A.G. Autor LCC Carlos Guerrero Diéguez. 1986.
- Principales Ferias y Eventos Comerciales en Iberoamérica 1987-1988. Documento editado por la Asoc. Iberoamericana de Cámaras de Comercio.
- Apuntes de la materia Relaciones Públicas, Esc. de Ciencias de la Comunicación, U.A.G.
- Revistas "Notiexpo". Organo Informativo de Expo Guadalajara. Números 11, 12 de agosto y septiembre de 1988.
- Folleto promocional de Expo-Guadalajara.



COPIAS □ TESIS □ INFORMES □
MEMORIAS □ REDUCCIONES □
ENCUADERNADO FINO □
TRANSCRIPCIONES IBM Y
COMPUTADORA □ COPY - OFFSET
□ ACETATOS □ ENGARGOLADO □
ENMICADO □ AMPLIFICACIONES

ENRIQUE G. MARTINEZ No. 30

TELS. 13-99-23 Y 58-15-62

GUADALAJARA, JALISCO.