

MESA REDONDA

GESTIÓN DE EVENTOS: EL EVENTO COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

Pedro Fuertes, director de Innovación y Desarrollo de negocios de Vodafone España

Javier Heredero, director de proyectos de Event

Fernando González, director de producción audiovisual de Global Events

Moderador: José Alarcón, director de la revista Professional Events

Los eventos corporativos han experimentado un auge espectacular en los últimos años, a medida que los dirigentes de las empresas, aunque también las asociaciones, los partidos políticos y hasta las ONGs han ido tomando conciencia de su alto valor estratégico y operativo dentro de su orientación a los consumidores, mediante una cada vez más generalizada mentalidad de marketing.

Al ritmo de crecimiento de la demanda de eventos, se han desarrollado las empresas especializadas que fueron pioneras en estas actividades, cuyos profesionales están cada vez más preparados y dedicados en exclusiva a esta función. Unas empresas que en algunos casos mantienen su independencia y en otros se han integrado en grandes grupos de comunicación total. Grupos que, a su vez, en caso de no poder absorber alguna ya existente han creado sus propios departamentos o divisiones de eventos. Finalmente, también han surgido nuevas empresas, de tipo boutiques muy enfocadas a determinados segmentos de mercado o, muy especializadas en un tipo concreto de eventos. En definitiva, el sector atraviesa una fase de alta vitalidad, y en esta mesa redonda algunos destacados representantes del sector expondrán sus puntos de vista.



De izda. a dcha.: **Pedro Fuertes** (Vodafone España), **Fernando González** (Global Events), **José Alarcón** (Professional Events) y **Javier Heredero** (Event)

En la mesa redonda, *Gestión de eventos: el evento como estrategia de comunicación empresarial*, intervinieron dos empresas organizadoras de eventos, Event y Global Events y una empresa usuaria de este tipo de empresas organizadoras, Vodafone España. Tanto **Javier Heredero**, director de proyectos de Event, como **Fernando González**, director de producción audiovisual de Global Events mostraron a los asistentes la gran diversidad de eventos que realizan en sus empresas, siempre con un alto grado de impacto, espectacularidad y muy personalizados para cada cliente. Javier Heredero comentó que *“la mayor parte de nuestros eventos son below the line”*, mientras que el representante de Global Events se refirió a la dificultad que tienen para explicar a sus clientes que los eventos que organizan no son convencionales. *“En los eventos que nosotros organizamos no hay power point, no puede hablar el presidente o no desde el atril, el mensaje tiene que llegar de otra manera”*.

Pedro Fuertes, director de Innovación y Desarrollo de negocios de Vodafone España, aportó el punto de vista de una gran empresa usuaria de las empresas organizadoras de eventos. Dijo que como en todos los ámbitos de la economía y como parte de la globalización, se está produciendo una transformación de los eventos. Como ejemplo citó que como gran empresa, cada vez les interesa menos participar en una feria del estilo de Simo, Sonimag o Broadcast porque *“una exposición simple de productos no tiene sentido ya existen herramientas más eficaces para llegar al cliente. Nos concentramos en eventos específicos y en mensajes muy concretos”*. Se refería a MOVE, un foro exclusivo de divulgación y exposición que Vodafone realiza en distintas ciudades españolas para dar a conocer las últimas tendencias del sector de las telecomunicaciones. Organizan la puesta en escena como un evento diferente en el que tratan de transmitir mensajes muy concretos, todo alineado con la utilización de tecnologías, creatividad e imaginación. *“Hace años que decidimos entrar en esta dinámica y el rendimiento está garantizado”*, dijo.

El director de Innovación y Desarrollo de negocios de Vodafone España resaltó la importancia de tener objetivos claros porque si no es muy difícil medir la efectividad y acabó su intervención advirtiendo a las instituciones feriales que sean conscientes de esta transformación.

Event es la empresa de creatividad y estrategia del Grupo Event, formado además por Coda – iluminación, sonido, vídeo y efectos especiales- y Gad, Galería de Arte Digital, la pieza clave para crear y post-producir los contenidos gráficos y audiovisuales imprescindibles para alcanzar el éxito en cualquier convención o acto de comunicación puntual. Grupo Event lleva más de 20 años en el sector de los eventos y las acciones de comunicación puntual y cuenta con una plantilla de más de 50 profesionales especializados en cada una de las áreas implicadas en el curso de cada convención o evento.

Global Events nace hace 10 años con la finalidad de realizar eventos integrales, es decir se ocupa de todos y cada uno de los procesos que conlleva un evento, con la capacidad de ofrecer una interlocución única con el cliente. Desde la recogida del briefing, la creatividad, el diseño y construcción del escenario, la señalética, la organización de viajes hasta la redacción de los textos de los ponentes. La empresa ha ido creciendo hasta el punto que en la actualidad cuenta con sedes en diferentes países de Europa y EEUU. En la última edición de los prestigiosos

premios que concede la Revista Eventoplus fue la empresa más galardonada con el mayor número de estatuillas.

Professional Events es la revista de los eventos, incentivos, convenciones, espacios feriales y de congresos del grupo editorial Sinergias de Prensa, S.L. Otras publicaciones del grupo son: Lugares Divinos, Barcelona Divina, Mice in Spain, Barcelona Divina, Especial Salud y Belleza, etc.,

Vodafone España es uno de los líderes de los operadores móviles en España. La estrategia de Vodafone incluye voz, datos y servicios basados en Internet y su objetivo es satisfacer las necesidades de sus clientes. Esta estrategia le permite ofrecer una gama de servicios muy amplia aprovechando los nuevos desarrollos en tecnología tales como GPRS y UMTS o 3G.