

# Organización de eventos, una demanda en alza

## INVERSION

Coge el periódico y suma los actos previstos para la semana. Jornadas, seminarios, congresos de medicina, presentación de programas, presentación de memorias, etc. Son muchos no!. Cada vez son más las organizaciones preocupadas por difundir sus servicios y organizar actos de interés para la población. La organización de este tipo de eventos requiere estar pendiente del más mínimo detalle para que todo salga a la perfección, lo que supone invertir mucho tiempo. Tiempo del que no disponen las empresas o instituciones.

El evento, convención o seminario es casi siempre considerado como un subgénero del marketing o de la publicidad, de ahí que en muchos casos sean este tipo de empresas quienes asuman la organización de este tipo de actos.

Si nos estamos planteando constituir una empresa de estas características tenemos que tener claro que nuestro objetivo principal es facilitar a nuestra clientela todos los servicios que precisen. Estos servicios van desde la búsqueda de un recinto adecuado para el acto, la gestión del transporte y alojamiento para los asistentes, la contratación de servicios auxiliares (azafatas, personal de limpieza, catering, traducción, etc) hasta la coordinación de todas las actividades complementarias (excursiones, compras, actividades deportivas, etc.) que nos puedan demandar.

### Los inicios

Para comenzar con este tipo de empresa debemos de contar con



Cada día se celebra multitud de actos.

un gran conocimiento sobre las posibilidades que se ofrecen en la ciudad en la que estemos pensando desarrollar nuestro negocio (centros de reuniones, alojamientos, restaurantes, oferta cultural, etc). También es importante conocer el tipo de empresas auxiliares existentes y qué servicios puntuales nos pueden ofrecer.

Una vez constituido el negocio el paso siguiente será la promoción. En estos casos, la mejor publicidad es ofrecer un "portafolio" con los actos y eventos organizados. Sin embargo, cuando comenza-

mos una actividad no contamos con este tipo de referencias, por lo que debemos de hacer un gran esfuerzo para generar confianza entre nuestra clientela. Para ello podemos comenzar con un catálogo en el que se especifiquen los servicios que vamos a ofertar; una página web propia, folletos informativos, inserción en páginas amarillas y revistas empresariales, además de participar en ferias profesionales. No debemos olvidar que desde hace algunos años los propios ayuntamientos, a través de sus concejalías o patronatos de turismo ofrecen orientación

a todas aquellas instituciones que quieran organizar este tipo de eventos, facilitándoles el contacto con empresas especializadas.

### Locales

Debemos de pensar en zonas céntricas o centros de negocio. Es aquí donde se van a mover nuestros potenciales clientes y aquellas empresas de servicios que nos puedan interesar para subcontratar. Es necesario que contemos con zonas separadas de recepción, administración, sala de reuniones y despachos. La imagen que vamos a ofrecer de nuestra empresa es fundamental para una actividad de este tipo. En función de nuestras necesidades también podemos optar por alquilar espacios en los centros de negocio.

### Equipamiento y plantilla

Debemos de contar con un buen mobiliario de oficina y equipamiento informático con acceso a internet y software de gestión empresarial, en concreto necesitaremos una buena base de datos donde podamos tener registrados todos nuestros clientes y proveedores.

Según los servicios que queramos ofrecer también será necesario contar con material de audio y video, cañón de proyección y portátil para exposiciones y video conferencias, etc. No obstante, en



### FICHA TÉCNICA

► **Negocio:** Organización de actos sociales, jornadas, convenciones, congresos, espectáculos y eventos deportivos.

► **Sector:** Servicios.

► **Requisitos administrativos generales:** Licencia de actividades e instalaciones, CIF y alta en el censo, alta en el IAE y en IVA o IRPF, legalización de libros, inscripción en Seguridad Social, inscripción de patentes, marcas e inmuebles.

► **Autorizaciones administrativas especiales:** No son necesarias.

► **Inversión:** A partir de los 30.000 euros.

► **Personal mínimo:** 1 administrativo/a.

► **Superficie:** Oficina amplia para ubicar un servicio de call center.

► **Formación Mínima:** Imprescindible dominar el inglés y conocer un segundo idioma. Los estudios más idóneos son los de Turismo, Económicas o Empresariales y Marketing.

► **Webs de interés:**

www.mpiweb.org  
www.iccaworld.com  
www.eventoplus.com  
www.eventalia.com

## Ideas y claves de éxito

**1 Profesionalidad y seriedad hasta en los más mínimos detalles.** Quien confía en nosotros para la organización de un evento espera que se le cuidemos hasta el más mínimo detalle, con la misma atención con que ellos mismos lo harían. No debemos olvidar que los y las clientes pagan para ahorrarse problemas y tiempo.

**2 Transmitir confianza.** Quienes demandan nuestros servicios deben de saber que lo dejan todo en buenas manos. Se están jugando su

prestigio. Un fracaso en la organización del evento recaerá sobre ellos y ellas en primera instancia pero el último responsable seremos nosotros.

Si se hace bien, recomendará nuestros servicios. Si no, la publicidad será más bien negativa. Siempre se cometen errores.

Lo importante es tomar nota y evitarlos en la próxima ocasión. No debemos dejar nada para la improvisación y, si alguna vez hay que hacerlo debemos tener agilidad e improvisar rápidamente.

**3 Una buena red de colaboradores.** Hay que ser capaces de ofrecer un servicio integral que cubra todos los aspectos derivados de la organización del evento: desde el montaje de la sala hasta la organización de la documentación para los asistentes, pasando por la coordinación del "coffee-break" o la creación de una página web para promocionar el acto. Para ello es necesario que contemos con un amplio equipo de colaboradores a los que subcontratar parte de los servicios que nos demanden.

### DESARROLLA TU PLAN DE NEGOCIO EN:

► **Ayuntamiento de Donostia-San Sebastián**  
☎: 943 15 14  
www.donostia.org

► **Departamento de empleo - Ayto. de Vitoria-Gasteiz**  
☎: 945 16 12 22  
www.vitoria-gasteiz.org/empleo

► **Debegesa (Eibar)**  
☎: 943 82 01 10  
www.debegesa.com

► **Durungaldeko Behargintza**  
☎: 94 623 25 22  
www.amankomunazgoa.com

► **Forlan (Muskiz)**  
☎: 94 670 60 16

► **Goieki (Ordizia)**

☎: 943 16 15 37  
www.goierrri.org

► **Inguralde (Barakaldo)**  
☎: 94 478 94 00  
www.inguralde.com

► **Iraurgi Lantzen (Azkoitia)**  
☎: 943 85 11 00  
www.iraurgilantzen.net

► **Lan Ekintza-Bilbao, S. A.**

☎: 94 420 53 10  
www.bilbao.net/lane-kintza

► **Lea Artibaiko Garapen Agentzia, S.A. (Markina-Xemein)**  
☎: 94 616 90 88  
www.leargarapen.org

► **Oarsoaldea, S.A. (Oiartzun)**

☎: 943 49 41 29  
www.oarsoaldea.net

► **Oficina de Desarrollo Local y Empleo del Ayto. de Galdakao**  
☎: 94 401 05 80  
www.galdakao.net

► **Tolosaldea Garatzen**  
☎: 943 65 45 01  
www.tolosaldea.net

► **Urola Garaiko**

► **Garapenerako Agentzia, S.A. (UGGASA) (Zumarraga)**  
☎: 943 72 58 29  
www.uggasa.com

► **Urola Kostako Udal Elkartea (Zarautz)**  
☎: 943 89 43 06  
www.urolakosta.org

\* En las agencias asociadas a GARAPEN se ofrecen servicios integrales de orientación y apoyo al autoempleo.

**GARAPEN**  
☎: 94 420 53 19  
www.garapen.net

En la página de Autoempleo de Lanbide se ofrece una información útil y necesaria para la constitución de la empresa.  
www.lanbide.net