

# “Crecer en escalera nunca en rampa. Así cada paso dado está bien firme”

Marcelo Gordín, Vicepresidente de AOFREP y Enfasis eventos+contenidos en las 6<sup>o</sup> Jornadas de Organización de Eventos organizada con AOFREP



De izq. a der: Dan Colter, Pablo Ventura, Javier Gonzalez Pedraza, Zulema García, Silvia Amarante y Marcelo Gordín

La apertura de la jornada estuvo a cargo de **Marcelo Gordín**, Vicepresidente de AOFREP, quien se refirió al notable crecimiento de público cada año en la actividad y lo relacionó, entre otras cosas, al enorme crecimiento de la actividad. Enfatizó la necesidad de capacitarse para ser más competitivos en un mercado cada día más exigente. Mostró una estadística que dió clara evidencia de la tendencia creciente del sector. Comentó que el total de Eventos Corporativos anuales es de 100.000 y el número de participantes es de 20 millones en promedio por empresas (Universo de referencia empresas con un mínimo de 10 empleados). Según este reconocido organizador de eventos “El mercado de los Eventos comenzó a emparejarse con el de la Publicidad” y finalizó diciendo: “...hay lugar para todos”.

Inmediatamente comenzó la primera charla de Eventoplus, el Portal de los eventos, **Facundo Cino**, Director Comercial del Portal fue el responsable de dejar una clara idea de lo que este portal ofrece. Hablando de estadística se preguntó “¿Dónde está Argentina en Internet hoy?” y comentó que existen “más de 10 millones de usuarios. Más del 52% son menores de 24 años. Sólo el 8% son mayores de 55 años.”. Entonces continuó “¿Cuál es el uso?. Más del 80% (8 millones) utilizan internet todos los días. El email es el uso que más se le da, luego es la búsqueda de información, después están las comunidades (chat, blogs, foros) que permiten compartir e intercambiar información y la elaboración de un contenido a través de la participación de todos los que van consultando esa información y dejan sus opiniones.” Entonces continuó realizando un minucioso recorrido de las áreas que cubre el Portal, ofreciendo asesoramiento, presupuestos y haciendo de enlace entre empresas y ó profesionales que desean conocer más en profundidad sobre las tendencias en eventos en Europa. Eventoplus es un portal que fue especialmente concebido y diseñado cómo canal de información para Internet. Cino entiende que el profesional de los eventos debe saber que el 99% de las PYMES está conectada a Internet. Desde el 2004 el portal está en el país e iniciaron sus actividades primero en España y luego en México. Ellos ofrecen ayuda, información gratuita a toda persona que ingresa a su página. Entre otras cosas cuenta con un buscador de proveedores, listado de salas, solicitud de presupuesto, toda la actividad del mercado, ideas para eventos originales (reciben tendencias

del mercado europeo), capacitación, etc. Además incorporaron la Bolsa de trabajo especializada en Eventos: Eventojobs. Para redondear su charla dejó dos consejos para quienes desean desarrollarse en el sector. “Primero hagan el mejor uso de Internet” y luego comentó “participen, tiene que ver con el Marketing profesional de ustedes”; para finalmente cerrar “y no se olviden jamás de Generar Valor Agregado”.

**Gabriel Wiznia** y **Raúl Berón**, Directores de Laberinto Eventos, contaron que se especializan en Eventos Recreativos y dieron una clara imagen de su estrategia y conocimiento en dinámica de grupo. Se presentaron a través de una dinámica que pensaron para romper el hielo entre los presentes, a través de un juego consistente en descubrir la banda de sonido de diferentes películas y nombres de canciones. Esto causó un fuerte impacto entre los presentes. Hubo una muy buena selección de bandas de sonido y lograron una gran predisposición del auditorio para jugar y divertirse. Mostraron además un excelente manejo de sala en un ámbito desconocido. Entre chistes, intervención del público, juegos y actuación entre ambos socios dejaron en claro el rol de lo lúdico en lo que ellos realizan. “Laberinto es una empresa que planifica y ejecuta eventos recreativos en distintos ámbitos”. “Nuestro terreno es lo lúdico, (...) son los menos los eventos en los que nosotros nos ocupamos de la organización integral” comentaron. En los trabajos que les solicitan se apoyan en el conocimiento de profesionales, consultores, profesores de Educación Física, etc. Dependiendo de lo que ellos entienden según la demanda, se planifica el trabajo a realizar. Compartieron muchos casos de trabajos ideados, creados a partir de un concepto tirado por la empresa. “Es muy importante entender sobre dinámicas para hacer un evento recreativo; entender quiénes son los que uno tiene en frente, qué intereses tienen, qué edades tienen”. En el caso “Casino” se desarrolló una actividad de día completo para los empleados de una empresa y a cada uno se le pagaba con billetes. El billete más valioso, de \$100, tenía la cara del Presidente de la empresa y el de \$2, la cara del Presidente anterior. A partir de esta idea y de lo lúdico, con inclusión de un lenguaje reconocido por los empleados cómo parte de su rutina, generaron una actividad que le aportó a la empresa, en este caso particular, una lectura del clima de trabajo, comportamientos, liderazgo, entre otras cosas. “A la gente le pasan muchas cosas

El 26 de abril la Carrera de Organización de Eventos de la Facultad de Diseño y Comunicación realizó, por 6<sup>o</sup> año consecutivo las Jornadas de Organización de Eventos junto a A.O.F.R.E.P. En esta oportunidad el tema central fue “De los conceptos a las estrategias”.



Marcelo Gordín, Vicepresidente de AOFREP



Favio Baron durante su charla en el auditorio



Gabriel Wiznia y Raúl Berón (Laberinto Eventos)



Facundo Cino (Eventoplus)



Edith Cortelezzi



Bárbara Diez

cuando juega y se olvida de dónde está y quién es. Se borran las jerarquías”. Luego dijeron que “es muy importante conocer y entender de dinámicas, eso es lo que tiene Laberinto”. “Una clave es conocer de dinámicas. Para que no fallen las actividades recreativas, según nuestro criterio, es que todos deben estar participando al mismo tiempo. No tiene que haber ningún juego para algunos sí y otros no. No tiene que exponerse a nadie en ningún juego”. Finalmente abrieron un espacio para que les realizaran preguntas puntuales.

Ante una audiencia muy motivada llegó la hora del protocolo y ceremonial de la mano de una experta en el tema **Edith Cortelezzi**. Se refirió al protocolo y ceremonial actualizado a las necesidades de jóvenes; y no al requerimiento del rápido conocimiento de temas básicos del buen comportamiento social. En su opinión este bache en el conocimiento, se profundiza al tener menos oportunidades las familias de compartir las comidas diarias con todos los integrantes de la misma. Este conocimiento, antes impartido por las abuelas, se pasaba de generación en generación y hoy ya no ocurre. Al referirse a los organizadores de eventos, lo primero que les recordó, es el tema de la puntualidad, que deben llegar por lo menos 10 minutos antes a una cita con un cliente. Para Edith “en el protocolo hay cierta flexibilidad, no así al presentar a las personas”. Recordar que “primero presentamos al de menor jerarquía y después al de mayor jerarquía”. Siempre llevar tarjetero, “las tarjetas se ofrecen en la mano y del lado impreso” y “jamás se guardan sin antes leerlas”, por otro lado, deben “guardarlas en un lugar ya sea tarjetero o bolsillos, siempre superiores, de la cintura para arriba”. También comentó la costumbre aceptada del “netiqueta”, es correcto invitar por e-mail y responder por este medio. Nunca superar las 24hs. para responder un mail. “El celular está totalmente prohibido en las reuniones, salvo caso de esperar algo muy urgente, en tal caso dejarlo en vibrar y pedir disculpas antes de responder”. Así fue dando pautas de comportamientos en una diversidad de temas, dónde todos se animaban a preguntar. Fue una charla muy rica en aprendizaje, para todos los presentes, ya que era fácil imaginar la adopción de los comportamientos por la simpleza de Edith al transmitirlos. Así finalizó la mañana dónde se fue pasando de los conceptos a las estrategias y también a la acción.

Por la tarde, **Dan Colter**, Director de Jauja Eventos Corporativos, tomó el desafío de hablar de la importancia del discurso corporativo a partir de "las metáforas". Comenzó haciendo participar al público y construyendo, entre todos, una definición de metáfora. Así llegó al punto central del tema que fue la metáfora en los eventos. Dijo que hay 6 ejes del evento como acción de comunicación. La "necesidad de hacer el evento, el Mensaje, los Recursos (metáfora), el Perfil del público, los Resultados y los Objetivos del Negocio".

"El desafío es encontrar la metáfora que mejor se identifique con lo que la empresa quiere decir, sin decirlo directamente y agregarle a eso creatividad, originalidad, respetando la identidad e imagen de la empresa sin dañar, es decir, sin provocar ruidos." comenta Colter. Por medio de imágenes, algunas referidas al arte, fue desgranando ejemplos y compartiendo experiencias de trabajos realizados exitosamente. A través de una charla que motivó a la integración de todo el público, construyendo conceptos y metáforas, el expositor logró realizar una excelente ponencia construida a partir de la participación de todos, tomando lo que se generaba en la sala con los tips que él mismo ofrecía o con las imágenes que proyectó como disparadores de ideas.

Luego continuó **Gisella Gulli**, Gerente de Making Of, con un aporte profesional y muy minucioso sobre el look en los eventos y lo que cada ocasión requiere para estar elegantes, discretos o sencillamente correctos para la ocasión. El consejo, quizás más fácil de recordar "... y cuando tengan dudas y no saben cómo comportarse o cómo vestirse, qué debo decir, cómo presentarse recuerden ser genuinos, eso nunca falla, se percibe y nos deja muy bien posicionados". Entre muchas otras cosas habló de la importancia de la elección de la calidad en la ropa clásica y de nunca jugarnos por diseño y colores llamativos, puede restarnos mucho. El otro consejo "en el look recordar que menos es más". Siempre vestirse para estar cómodos con lo que elegimos. Los colores también tienen su lenguaje, las camisas blancas reflejan autoridad lo mismo que los trajes azules o negros. Mucho cuidado con la presencia en cuanto al make up, cabello y manos siempre prolijos. "Cuando no conocemos el lugar del evento y tampoco a las personas lo recomendable es relajarnos, recorrer el lugar y animarse a interactuar con alguien a quien observamos en parecida situación" aconsejó. Otro tema fue el de las fragancias dónde dejó establecido que debe sentirse a condición de no ser invasiva. En cuanto a los zapatos hay 4 colores combinables con todo, peltre, verde botella, bordeau y maíz. "Así que hay que animarse, porque podemos estar súper, sin uniformar los colores. Y eso de cartera y zapatos del mismo color, ya fue" dictamina. La tendencia invita a ser más imaginativos y atrevernos. Aconsejó realizar la combinación de distintas texturas, por ejemplo, un saco de cordero o cuero con una camisa de gasa o camiseta de algodón. Una charla en la que sobraban las preguntas y hasta los hombres se animaron a intervenir y; en algunos casos, se declararon incompetentes a la hora de pensar en los accesorios, reloj, zapatos. Entonces la expositora puso el acento "las medias deben ir casi a la rodilla para no dejar tobillos al descubierto". La charla fue muy participativa. Todos fueron parte y se llevaron varias ideas para poner en práctica con lo que tienen en su guardarropas.

**Favio Baron**, consultor, hizo gala de buen escucha y compartió con mucho humor cómo

se sentía con su look, luego de los consejos de Gulli. Barón se abocó a mostrar la forma de armar un área de eventos en un medio de comunicación. Expuso su experiencia en el Grupo La Nación dónde se desempeñó, hasta hace unos días, como Director del Departamento de Eventos. En 40 minutos desarrolló su ponencia desde el momento en que el grupo La Nación en el 2005 decidió organizar el área de eventos con una fuerte apuesta en ferias y congresos hasta la fecha. Se desarrollan nueve exposiciones de gran envergadura gracias al soporte de un área muy sólida. En principio definió cuáles eran las exposiciones claves en base a las temáticas fuertes para el medio. Desarrolló un organigrama funcional que contaba con Dirección, Áreas staff, Área de Producto y Áreas Funcionales. En el 2006 llevaron a cabo nueve exposiciones, esto ocurrió apenas 6 meses después de armada el área. Toda la organización del Departamento de eventos consta de 12 personas y lo fundamental es que desarrollaron herramientas de gestión que les facilitan la optimización de los resultados. Los objetivos logrados más importantes fueron "más de 300.000 visitas, más de 1000 expositores, un equipo profesionalizado con expertise para eventos en simultáneo". Esto permitió la planificación, el nivel del equipo, entender el mercado y las necesidades de los expositores y de la audiencia. Lo relevante para Favio Barón es "Poner en escena la mejor propuesta posible".

**Bárbara Diez**, especialista en wedding planner, se mostró muy cómoda contando cómo comenzó este trabajo por el que parece vibrar y sentirse muy satisfecha. Comenzó organizando su propia boda. Varias amigas y conocidos le consultaron sobre quien la había organizado, ya que el resultado fue una boda diferente. Según sus propias palabras "cada evento es diferente y hay que gestarlo a partir de pensar en la esencia y gustos de quienes solicitan el evento". Por esto el valor de preguntar y proponer partiendo de esa escucha detallada. Diez se preparó en EEUU, en materias que ella consideró interesantes y que podían sumarle ideas y creatividad. Así es cómo le organizó la boda a Julieta Ortega, realizó la fiesta de POLKA, entre tantos otros eventos para famosos. Lo mejor para ella es el boca en boca. Sus primeras fiestas no las cobró, sólo pedía al cliente que si le gustaba y quedaba satisfecho lo contara. Hoy su empresa cobra lo mismo un evento para 10 personas que para 800, ya que lo que cobra es la empresa Bárbara Diez por hacerse cargo del evento y da lo mismo si es en el país o fuera del mismo; a esto sólo se le sumarían los viáticos y hoteles. Las claves del éxito, según su criterio, son "siempre tener un plan B tan impecable como el A, excelente, nutrido y variado listado de proveedores (profesionales), los detalles de seguridad hacerlos cumplir según exige de la ley, lo medular en un evento una hoja de ruta con los tiempos de cada paso, estar en control de la fiesta, aunque te mueras por dentro". Su empresa cuenta con 5 organizadores y cada uno con un asistente. Su especialidad son las fiestas al aire libre. Ya lleva realizadas 460 fiestas exitosamente.

Continuando con la diversidad de temáticas llegó el momento de los eventos campestres. Los encargados del desarrollo del tema fueron una familia, **Laura, Ana y Carlos Knobel**. Ellos comenzaron en el departamento de Marketing de una reconocida Estancia, y observaron que tenían que decir muchas veces que no, porque no tenían disponibilidad y

cada vez había más trabajo. Fue entonces cuando decidieron abrirse camino y le propusieron a la Estancia seguir trabajando para ellos, pero en forma independiente. Hace casi 3 años que organizan eventos campestres ofreciendo diferentes alternativas, lugares, salones, Hoteles y ó Estancias dependiendo de las características del evento y del presupuesto. Ellos no son los que cobran, simplemente le pasan el cliente a la Estancia ó al Hotel y son ellos los que les cobran. Trabajan de nexos, vinculan a las partes y les brindan todo el servicio. Para ellos la mejor publicidad es " el boca en boca y la presencia en los buscadores de Internet".

Luego llegó el turno de Prémula Corporate con la presencia de **Lorena Ceriscioli, Tomás Costantini y Adrián Royo Caldiz** quienes llegaron para compartir con todos su trabajo en eventos conceptuales. Lo hicieron a partir de un caso testigo, su último trabajo realizado para el lanzamiento de la película "El amor en la ciudad" de Teresa Costantini. Contaron cómo les llegó la propuesta y cómo analizaron llevar adelante el trabajo partiendo de la mirada crítica que comparten en el equipo de trabajo. Así es cómo pensaron hasta el más mínimo detalle en el merchandising, todo lo relacionado con la temática y los protagonistas. Organizaron el Avant Premiere en 2 salas del Village Recoleta, entregaron 500 botellas de vino con etiquetas personalizadas, armaron un stand en la Feria del Libro con ambientación parisina, ya que la mitad de la película transcurre en París y regalaron anotadores con la imagen central de la película. Según palabras de Tomás Costantini: "hicimos un lanzamiento a medida de un evento argentino con nivel internacional". Para ellos lo importante es " poder aplicar el marketing al arte".

En el cierre se presentó una mesa con organizadores de eventos, cuya característica común es el prestigio en el mercado con una trayectoria superior a los 10 años. La mesa estuvo moderada por **Zulema García**, Master en Dirección de empresas (IAE), Profesora y Tutora de Emprendedores de DINAMICA SE y el Lic. **Javier González Pedraza**, Profesor de Entrepreneurship de la Universidad de San Andrés y consultor de empresas. Los invitados fueron **Silvia Amarante**, de Silvia Amarante Producción de eventos, **Dan Colter** de Jauja eventos corporativos, **Pablo Ventura** de Kaizén Eventos corporativos y **Marcelo Gordín** de Enfasis eventos+contenidos. Una mesa desopilante, muy bien moderada y con una vocación de compartir experiencias enormes de parte de los invitados. Mostraron una actitud de "grandes" muy seguros, simples y divertidos con disparidad de criterios y visiones expuestas con gran respeto, equilibrio y muy al estilo "charla de amigos en un café". Comenzaron exponiendo sobre cómo cada uno había comenzado con su empresa hasta cómo se ven dentro de 10 años. Mucha historia en común, inicios con poco presupuesto, mucha puesta en escena de sentido común y un activo fundamental que todos mencionaron " mucha pasión". Cada uno analizó el mercado y a partir de eso Gordín al igual que Colter, comentaron que hoy se sienten más empresarios que organizadores y pocas veces están presentes en el evento que gestan. Silvia Amarante, en cambio, siente su trabajo al estilo "full life" no se permite no estar presente en todos sus eventos. Hay días que tiene 6 eventos en simultáneo, dice. Se las ingenia para estar, ya que considera que el cliente tiene que sentirse seguro de que todo va a estar bien y ella se siente mejor. Todos comparten que necesitan



Laura, Ana y Carlos Knobel (Eventos Campestres)



Adrián Royo Caldiz, Tomás Costantini y Lorena Ceriscioli (Prémula Corporate)



Gisella Gulli (Making Of)



Dan Colter (Jauja Eventos Corporativos)

mucho arte para seguir vigentes y ofrecer un evento diferencial. También en cada caso tienen diferentes formaciones de base. En aquel momento, no existía la carrera de Organización de Eventos, entonces algunos son Profesores de Educación Física, Administradores de Empresas, Decoradores, diseñadores, etc. Todos comenzaron con una estructura mínima que fue cambiando en la medida que fueron creciendo. Para Gordín esto va a cambiar. Cree que es posible que las grandes empresas desarrollen su propia área de Eventos. Otro tema que surgió es que no todo el mundo tiene pasta para emprendedor y que, así es cómo se puede armar un equipo, con gente que esté estudiando la carrera que le aporta un montón. Coincidieron todos en que "emprender es una decisión de vida. Es muy distinto a ser empleado. Hay que estar preparado". Algunos creen que en este contexto cada vez hay más amenazas, porque están muy cerca de una Agencia de Publicidad. Por esto dicen, va a haber un cambio importante, quizás fusiones, para que grandes compañías incorporen el rubro. En síntesis, existen muchas amenazas, pero cómo buenos emprendedores que son, vislumbran una gran oportunidad. El último consejo para los estudiantes de eventos lo ofreció Gordín y fue que "recuerden siempre crecer en escalera nunca en rampa, así cada paso dado está bien firme". Así finalizó una jornada que cubrió muchos y variados temas y dejó muy satisfechos a todos los presentes.