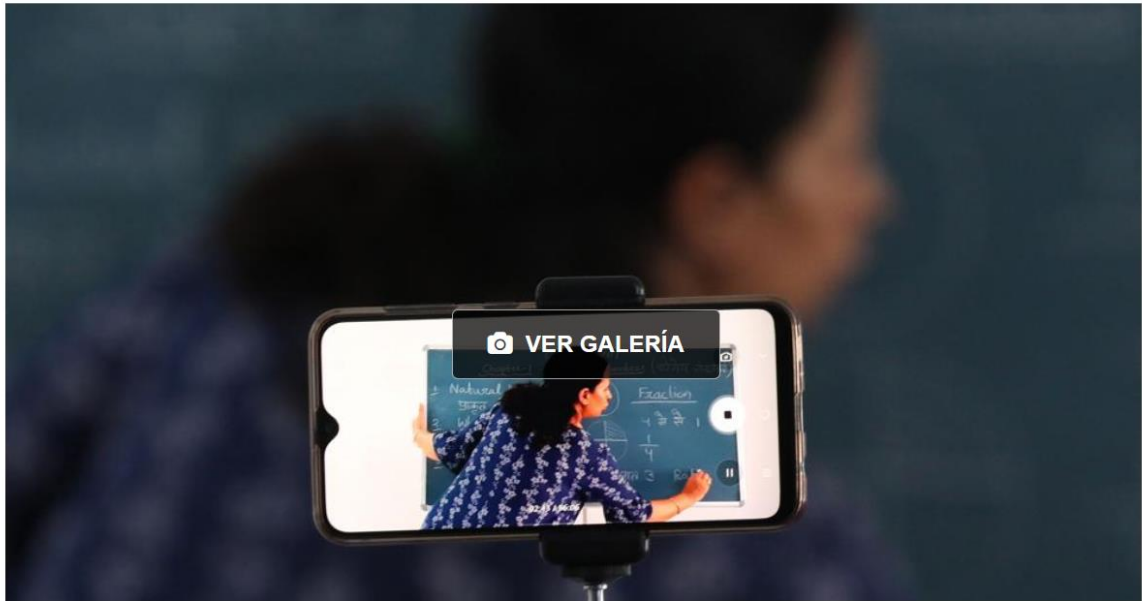


LECTORES
EXPERTOS

¿Qué ha pasado en el sector de los eventos desde la cancelación del Mobile?



• Las nuevas normas de distanciamiento social y el parón económico han castigado especialmente a los profesionales de esta industria puntera en Barcelona y Madrid



RAIMOND TORRENTS FERNÁNDEZ, BARCELONA 08/04/2020 06:00 | Actualizado a 08/04/2020 10:31

Si hay un sector que ha sido fulminado por esta situación de pandemia que vivimos ese es el de los eventos. Si hay un sector al que el distanciamiento social afecta directamente en su esencia de negocio, ese es, otra vez, el de los eventos.

Los organizadores de eventos y congresos o meeting designers, como prefieran llamarnos, vivimos de crear y organizar reuniones y actividades presenciales en vivo y en directo en los que la interacción física de nuestro público es clave para el éxito de nuestra actividad.

Sin presencia física no hay eventos, sin eventos no hay trabajo y sin trabajo no hay industria. Una industria, la nuestra, que se compone de varios miles de microempresas y PYMES tan creativas como endebles a la hora de enfrentarse a una situación tan extraordinaria como la actual.

Una industria en la que España está en el pelotón de cabeza y Barcelona y Madrid, año tras año, se mantienen en lo más alto del ranking mundial de ciudades receptoras de congresos, ferias y eventos.

Una industria que aprovecha todo el potencial de nuestra infraestructura turística pero que, además, desestacionaliza la demanda (cuando hay turismo vacacional casi no hay eventos) con un cliente de calidad, el congresista, cuyo gasto per cápita es muy superior al gasto medio del turista vacacional.

Cuando pensamos en nuestro sector acostumbramos a pensar en agencias de eventos o congresos, hoteles, transportes, centros de convenciones y poco más, pero detrás de los eventos hay una multitud de profesionales de diferentes disciplinas que hoy están mano sobre mano esperando a que la tormenta escampe.



Permítanme enumerar algunas de estas víctimas “invisibles”:
medios audiovisuales, luz y sonido (técnicos, diseñadores, montadores, programadores...), decoradores e interioristas (escenógrafos, carpinteros, metalistas, artesanos, dibujantes...), catering y restaurantes (camareros, cocineros, proveedores de alimentación...), animación y espectáculos (actores y actrices, directores, proveedores de vestuario...), producción audiovisual (realizadores, iluminadores, sonidistas, estudios de sonido, actores de doblaje, guionistas...), producción gráfica (impresores, diseñadores gráficos...), espacios para eventos (palacios de congresos, salas de hoteles u otros espacios con todo el personal que ello implica: seguridad, bedeles, limpieza, comerciales, personal técnico) y tantos otros como transportistas, azafatas, intérpretes, chóferes...

Un punto aparte merecen todos aquellos que a mí me preocupan especialmente, los profesionales autónomos, los llamados “free lance”, que ofrecen sus servicios enlazando unos encargos con otros y que, de la noche a la mañana, se han quedado sin trabajo y, lo que es peor, sin perspectivas de encontrarlo hasta, como poco, el verano.

“ ¿Cómo puede vivir un profesional de marzo a septiembre sin ingresos? Hasta septiembre no volveremos a una situación de relativa normalidad”

El nuestro, organizar actividades en vivo, es un trabajo cuya garantía de éxito radica en la planificación.

Una planificación concienzuda que minimice los riesgos del directo y asegure que todo saldrá como estaba previsto.



Una planificación que implica tanto al cliente (que es quien, generalmente, convoca a su público) como al proveedor, las agencias y sus proveedores satélite, que deben garantizar la viabilidad del acto en cuestión.

Una planificación que implica que, cuando acabe el presente estado de alarma deberemos, clientes y agencias, reprogramar el calendario de eventos, crearlos y producirlos y eso no se hace en cuatro días. Cuando acabe el confinamiento nos encontraremos en pleno mes de mayo (o junio) y el verano no es una buena época para convocar eventos.

Las organizaciones entran en periodos vacacionales y reunir al personal, a clientes o congresistas, no es fácil. Hasta septiembre nada. ¿Qué soluciones arbitrar?

“ Lo que está claro es que los créditos a interés 0 no son la solución”

Los eventos, en su gran mayoría, se han anulado, no pospuesto, por lo que la herida sufrida no se cura con una financiación que mejorará la tesorería, pero pesará como una losa en la cuenta de explotación.



Se ha creado un auténtico agujero en el sector, un agujero que, si no lo remediamos, puede acabar con miles de puestos de trabajo y con empresas sanas que, por culpa de esta pandemia, veremos desaparecer por no poder hacer frente a este parón obligado que no nos permite trabajar pero que tampoco reduce nuestros gastos de estructura de forma relevante.

“Algo parecido ocurre con los ERTE’s. ¿De qué sirve hacer un ERTE de uno o dos meses si no vamos a poder facturar ni un euro hasta septiembre?”

Los ERTE pueden ayudar, está claro que sí, pero solo si se extienden en el tiempo y se adecúan a la duración real de la crisis generada por la pandemia.

Nuestra industria si se para necesita un tiempo para recuperar su velocidad de crucero. Un evento se organiza con mucha antelación, entre 3 meses y 2 años dependiendo del tipo de evento, y es ese tiempo el que necesitamos para recuperar el ritmo anterior y sacar la cabeza del agujero.

No abogo por una política de “café para todos” que subvencione al sector indiscriminadamente. Cada caso es un mundo y responde a circunstancias diferentes y son estas circunstancias, y sus efectos sobre las respectivas cuentas de explotación, las que deben determinar quien debe ser o no ser apoyado y por cuánto tiempo.



Para acabar permítanme volver a hablar de los free lance, de los autónomos, los más perjudicados por la crisis y los que pueden presentar situaciones más graves a nivel personal.

La suspensión de sus cotizaciones debe ser inmediata. Esta medida no evitará su sufrimiento, pero como mínimo, recortará sus gastos fijos y aliviará, aunque sea un poco, los efectos de ese paro forzoso del que solo tiene culpa el maldito virus.

Saldremos de esta, claro que sí, pero la caída ha sido muy dura y para ayudar a levantarnos nos iría muy bien una administración sensible que sepa entender las especificidades de nuestro sector y actúe, bisturí en mano, en consecuencia.

Nota: nuestro sector no dispone de estudios fiables que cuantifiquen su volumen de negocio. Existen diferentes organismos y asociaciones que han hecho sus estimaciones pero que nunca son totalmente fiables dado que, una parte importante de la actividad, especialmente la que atañe a eventos corporativos, no ofrece datos al considerar sus eventos como confidenciales. Las cifras que se barajan en el sector van de los 12.000 millones de euros a los 20.000 de facturación anual.

Perfil del Lector Experto

Raimond Torrents Fernández

CEO de Torrents & Friends (agencia de eventos). CEO de Event Management Institute (formación e investigación en comunicación en vivo y eventos). Autor de 'Eventos de empresa – El poder de la comunicación en vivo'.