



“EL IMPACTO DEL SECTOR DE EVENTOS EN EL PIB SE REDUCIRÁ ENTRE LA MITAD Y TRES CUARTAS PARTES”

MAR GARCÍA, PRESIDENTA DE AEVEA

Agencias Españolas de Eventos Asociadas (AEVEA) agrupa a más de sesenta compañías especializadas en la organización de eventos, un sector brutalmente golpeado por la crisis del COVID-19. Mar García, directora general de la agencia Grass Roots y presidenta de la asociación, aporta en esta entrevista algunos datos que sirven para evaluar ese gran impacto y habla de las iniciativas de AEVEA frente a la Administración y de cara a sus asociados y clientes.

Manuel de Luque



Mar García.

ANUNCIOS. – ¿Se puede hacer una evaluación de lo que el impacto de las medidas de confinamiento ha supuesto en términos de cifra de negocio para la actividad de organización de eventos en España?

Mar García. – La industria de eventos y reuniones lleva años en alza, con un crecimiento sostenido que evidencia la importancia que este sector tiene para la economía en España. El análisis a nivel mundial elaborado por Events Industry Council en colaboración con Oxford Economics cifra en 10.889 millones de euros el impacto del sector en el PIB español, lo que sitúa a nuestro país en la duodécima posición de la lista de 50 países con mayor impacto en la organización de eventos. El estudio tiene en cuenta indicadores relativos al gasto directo, los empleos involucrados en la planificación y la producción, los viajes y otros gastos relacionados con el evento. También evalúa el papel de los proveedores intermedios y los impactos de la cadena de suministro. Haciendo un cálculo de lo que puede significar el parón absoluto que existe en la industria de eventos desde febrero y que se alargará como mínimo hasta septiembre, el impacto del sector en el PIB de nuestro país se reducirá entre la mitad y tres cuartas partes. Un 80% de las agencias de AEVEA está con un alto porcentaje de sus profesionales en ERTE, lo que significa que están tratando de atravesar este desierto con las menores cargas financieras posibles para retomar la actividad con todo el talento de sus equipos una vez puedan volver a hacer eventos presenciales.

A. – ¿Qué decisión ha sido más común entre las empresas en relación con los eventos: la suspensión o el aplazamiento?

M. G. – Lamentablemente la suspensión, aunque confiamos en que la necesidad de hacer eventos, por la clara consecución de objetivos que comporta, vuelva con fuerza.

A. – ¿Los eventos virtuales quedarán como recurso útil en una situación muy determinada o ganarán presencia en el mercado de manera definitiva?

M. G. – Nuestro principal reto ahora mismo es seguir comunicando, y para ello se han utilizado los formatos virtuales. Con grandes dosis de creatividad se han llevado a cabo eventos apoyándonos en plataformas de *streaming*, pero siempre con el objetivo final de volver a los eventos presenciales, donde está realmente la riqueza y el éxito de nuestro trabajo. La tecnología seguirá ayudando a incrementar la experiencia, mantenerla en el tiempo y alargar el momento de generación de negocio.

A. – ¿Han tenido desde AEVEA contactos con la Administración para trasladarle la problemática de su sector?

M. G. – Desde el inicio de esta crisis, a través del Foro MICE, del que formamos parte, se ha apelado a la Secretaría de Estado de Turismo y a la CEOE para conseguir unas medidas adecuadas para nuestra industria. Ha habido algo de financiación específica para el turismo y se han alargado los ERTE hasta finales de junio, pero seguimos en la batalla de que puedan prolongarse hasta noviembre para que no haya pérdida de tejido empresarial. Por otro lado, junto a las asociaciones de servicios de comunicación y marketing hemos apelado a la Secretaría de Estado de Comunicación, desde donde agradecen las propuestas de medidas solicitadas, que han hecho llegar a la Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa, y a la de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales. Su respuesta ha sido que seguirán trabajando en medidas a adoptar en cada momento para hacer frente a esta situación. Desde la industria de eventos se solicitaba que los ERTE no estuvieran vinculados al estado de alarma y que se alargasen hasta que se recupere la actividad. En ese sentido se ha ido avanzando, aunque no lo suficiente, ya que consideramos que hasta el último trimestre del año no se reactivará nuestro mercado.

A. – ¿Qué iniciativas ha puesto en marcha la asociación durante estos meses?

M. G. – AEVEA ha puesto un foco importante en dar cobertura jurídica a sus socios para que puedan estar al día de los distintos decretos que ha ido sacando el gobierno y su interpretación legal adecuada. En paralelo se lanzó la campaña *14-03-2020 Coffee Break*, con la que comunicábamos que la situación es un pequeño parón en el gran evento de nuestra vida, pero que seguiremos trabajando en comunicar y emocionar. En una segunda oleada comenzamos con mensajes directos a las marcas con *#PospónNoCanceles*, donde decíamos que si somos expertos en posponer nuestros eventos personales (alarma del despertador, ir al gimnasio, las actualizaciones del ordenador...) ¿por qué no vamos a serlo en posponer los eventos profesionales? La tercera ha sido un mensaje de compromiso con las marcas en el que las agencias, a través de afirmaciones como “quiero pasar el resto de mi vida organizando tus eventos” o “lo quise ayer, lo quiero hoy y lo querré siempre” decimos rotundamente *#SiQuieroOrganizarTuEvento*. El objetivo es que las marcas empaticen y entre todos hagamos sostenible una industria tan necesaria como lo es la de eventos.

A. – ¿Qué tipo de eventos presenciales son los que volverán a celebrarse antes una vez que avancemos en la normalidad?

M. G. – Serán muy necesarios los eventos de motivación y que tengan un foco directo en la venta. Aquellos donde a través de experiencias emocionales se ponga el foco en elevar el ánimo e insuflar fuerza para reactivar el negocio, bien a empleados o canales de venta, bien a clientes. •