

Revista Protocolo

Organización y producción de eventos

Guía de jefes de protocolo
de los principales
ayuntamientos españoles



JURA DE LA CONSTITUCIÓN DE LA PRINCESA DE ASTURIAS

Doña Leonor legitima su compromiso de desempeñar fielmente sus funciones como heredera al trono el día en que celebró su mayoría de edad. Lo hizo en el Congreso de los Diputados en una ceremonia de gran calado, muy bien ejecutada y acorde con su profunda significación

El valor de contar con una agencia de conferenciantes en el sector de los eventos

Contar con un catálogo de oradores facilita al organizador poder acceder a una selección de ponentes clasificados por temática o área de conocimiento para elegir el que mejor se adapte a sus necesidades



VIRGINIA TARGHETTA
VT Agencia de Conferenciantes

Cuando se cumple un año del nacimiento de VT Agencia de Conferenciantes, queremos resaltar las ventajas de contratar los servicios de una agencia de conferenciantes en un evento corporativo. Para entender bien la importancia del papel que desempeñamos es necesario conocer qué somos y a qué nos dedicamos.

Una agencia de conferenciantes representa a profesionales que pueden ser contratados para impartir conferencias o ponencias en eventos corporativos, congresos, convenciones, jornadas, talleres de formación y otros encuentros profesionales. Las agencias se encargan de ofrecer los servicios de los conferenciantes y de gestionar las negociaciones y acuerdos entre el ponente y el organizador del evento o cliente. En ocasiones el cliente será directamente la empresa que organiza un evento, si bien la mayoría de las veces, las empresas encomiendan a una agencia de eventos la organización de la globalidad del evento. La agencia de eventos se encargará de seleccionar los proveedores (espacio, equipos audiovisuales, decoración y montaje, staff para gestión de acreditaciones, catering...) para diseñar el evento que propondrá a la empresa.

Podemos decir que una agencia de conferenciantes es útil a sus potenciales clientes si realiza con eficacia tres acciones fundamentales:

Los conferenciantes deben tener un CV profesional sólido, contar con una amplia trayectoria profesional y, como consecuencia de lo anterior, tener acreditada solvencia y autoridad para compartir sus conocimientos

1. En una primera fase, es primordial hacer una buena selección de profesionales que se van a proponer como posibles ponentes en eventos. Los profesionales que se elijan formarán el "catálogo" que se ofrecerá a los potenciales clientes. En VT entendemos que los conferenciantes deben cumplir una serie de requisitos que se resumen en: tener un CV profesional sólido, contar con una amplia trayectoria profesional y, como consecuencia de lo anterior, tener acreditada solvencia y autoridad para compartir sus conocimientos y puntos de vista a través de una ponencia o conferencia. La agencia debe asegurar que el ponente tiene los conocimientos, experiencia y habilidades necesarias para abordar el tema de la ponencia y llegar a la audiencia. Obviamente, los profesionales elegidos deberán ser expertos en materias de actualidad o que susciten interés, ya que, si no, no habrá una demanda por parte del mercado. A modo de ejemplo, son temas de relevancia en nuestros días la inteligencia artificial, la sostenibilidad, la transición energética y el liderazgo femenino en el mundo empresarial. En VT contamos con ponentes que son referentes en sus respectivos sectores. Todos ellos tienen como actividad principal el desarrollo de su profesión y, por ello, a sus amplios conocimientos y dilatadas experiencias, se une la virtud de estar al día de las últimas tendencias. Para ser un buen conferenciante, no basta con saber hablar en público y tener dotes para la oratoria. De nada sirve esto si no hay un contenido de calidad que exponer a la audiencia.

El hecho de que estos profesionales compartan sus conocimientos y puntos de vista es un valor para las entidades. Las conferencias, además de transmitir conocimiento, también ayudan a motivar a los empleados de las em-

presas. De hecho, desde hace ya años, el objetivo de la motivación es, a menudo, el principal de la empresa y por ello es muy frecuente que no se busque tanto a un experto en una materia, sino alguien que pueda contar una historia personal de superación.

Elaborar este catálogo facilita al cliente poder acceder a una selección de ponentes clasificados por temática o área de conocimiento para elegir el que mejor se adapte a sus necesidades. De este modo se evita tener que buscar entre una gran cantidad de ponentes en el mercado.

En definitiva, como paso previo es fundamental elaborar esa lista de ponentes que se va a ofertar.

2. Una vez que se ha hecho esa selección y se cuenta con profesionales que colaboraran con la agencia para impartir conferencias, es vital saber asesorar a los clientes para que su búsqueda sea más efectiva. Con frecuencia las empresas o las agencias de eventos saben que en el marco de un evento desean contar con la intervención de un ponente, pero les será de utilidad que la agencia les oriente sobre qué perfil encaja mejor según el objetivo que se persiga y así elegir mejor.

3. En alguna ocasión, aunque no con frecuencia, el cliente necesitará un experto en una materia que a veces por ser algo muy específico o técnico será difícil de encontrar pues no entre los catálogos de las agencias de conferenciantes. Aunque no dispongamos de un experto colaborador habitual, atenderemos la demanda del cliente para poder encontrar a la persona idónea. El hecho de delegar esta búsqueda en una agencia será un ahorro de tiempo importante para los organizadores ya que esta labor puede llegar a ser verdaderamente “buscar una aguja en un pajar”.

Como línea adicional de negocio, VT cuenta además con presentadores de eventos o maestros de ceremonias. Todos ellos son periodistas o tienen una acreditada formación en comunicación y, por tanto, tienen las aptitudes necesarias para ser los “guías” o “conductores” de un evento. Habitualmente el presentador será la persona que introduzca a los intervinientes, controle los tiempos y en definitiva dinamice las distintas sesiones.

Como servicio complementario, VT ofrece al cliente, sin coste adicional, la organización de la logística para el desplazamiento, viaje y alojamiento del conferenciante, si fuera necesario.

Y... ¿en qué es útil una agencia para un conferenciante? Como hemos dicho antes, la actividad de impartir conferencias no es la principal de ninguno de nuestros colaboradores. Por tanto, en su día a día se encuentran inmersos en sus quehaceres. Es labor de la agencia promocionarles y ofrecer sus



Ander Bilbao está en el catálogo de conferenciantes de la Agencia VT.



Marta Robles también puede ser contratada a través de VT Agencia de Conferenciantes.

servicios. Por otro lado, el conferenciante delega en la agencia la negociación de sus honorarios, así como la organización de la logística para acudir a pronunciar la conferencia.

Para acabar, queremos hacer una breve descripción de la situación actual del sector y de la filosofía de negocio y los valores de VT Agencia de Conferenciantes.

Obviamente, los profesionales elegidos deberán ser expertos en materias de actualidad o que susciten interés, ya que, si no, no habrá una demanda por parte del mercado



Javier Vega de Seoane, otro de los posibles oradores de VT.

Para ser un buen conferenciante no basta con saber hablar en público y tener dotes para la oratoria. De nada sirve esto si no hay un contenido de calidad que exponer a la audiencia



María Fernández también trabaja para esta agencia de conferenciantes.

Debido a la pandemia, la industria de los eventos se vio obligada a bajar su nivel de actividad, aunque el sector pudo resistir gracias a la posibilidad de realizar las distintas actividades en streaming o de forma híbrida. A finales de este 2023 podemos decir que se han recuperado los niveles prepandemia y se confirma que la industria se decanta por la modalidad presencial. Tras la experiencia del aislamiento que supuso el Covid se valora más el contacto físico y no hay que olvidar que los españoles somos tradicionalmente muy sociables.

Según el último AVEAPulse, un estudio anual que recoge el comportamiento del sector elaborado por AEVEA, Asociación de Agencias de Eventos de España, entre sus agencias socias "en 2022, el sector de los eventos y el marketing experiencial experimentó un crecimiento generalizado del volumen de ingresos, con un 45% de compañías que aumentaron en más de un 10% sus ingresos, mientras que el 36% lo hicieron en un 30%. El marco de la incertidumbre que rodeó a 2022 afectó a la industria del marketing experiencial con un incremento de los costes a lo largo de toda la cadena de valor de los eventos, siendo los servicios de catering los que se vieron más impactados por la subida (33%), seguidos por la producción audiovisual (21%) y el personal (18%)."

Según este estudio de AEVEA estos aumentos de los costes se vieron parcialmente compensados por una ligera ampliación de los presupuestos de las marcas. Asimismo, más de la mitad de los encuestados en este estudio considera que las marcas han mantenido los presupuestos, a pesar del escenario económico actual y la presión inflacionista.

Teniendo en consideración los datos anteriores, nuestra conclusión es que si en un escenario inflacionista, la mayoría de nuestros potenciales clientes mantienen el presupuesto destinado a un evento, la partida que se adjudica a cada proveedor que interviene en el evento será inferior. Por eso, VT Agencia de Conferenciantes pretende distinguirse por ofrecer un servicio de calidad con unas tarifas altamente competitivas. Nuestra intención es poner a disposición del mercado nuestros servicios a precios accesibles sin que por ello nuestros clientes deban renunciar a profesionales de prestigio.

En este primer año de actividad hemos incorporado a nuestra cartera 35 conferenciantes y a 8 presentadores de eventos. Pretendemos seguir incrementando la oferta cuidando al máximo la calidad. Queremos contar con un número amplio de colaboradores, si bien no tenemos un objetivo en cuanto a número concreto de estos. Somos exigentes e incorporamos a aquellos que cumplen los requisitos que antes mencionábamos. Esa es por tanto nuestra filosofía de negocio: ser capaces de aunar precios razonables, calidad y un buen servicio excelente ágil y rápido. ■