

LIBROS

Técnicas de Organización de Eventos
María Dolores del Mar Sánchez González, 2016, Madrid, Editorial
Síntesis, 156 páginas



Marta Pulido Polo¹
martapulido@us.es
Universidad de Sevilla, España

Recepción: 04/10/2017 Revisión: 03/11/2017 Aceptación: 15/12/2017 Publicación: 22/12/2017
<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-14-2017-13-227-230>

¹ Profesora en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Sevilla. Presidenta de la Asociación de Relaciones Públicas y Protocolo de Andalucía (ARPPA).

La organización de actos y eventos se concibe como una de las principales y más efectivas técnicas de relaciones públicas que las organizaciones, de diversa naturaleza, vienen utilizando para transmitir a sus públicos determinados mensajes institucionales o corporativos orientados a generar un clima óptimo que favorezca el desarrollo estratégico de sus metas y objetivos. Sin embargo, tradicionalmente, los estudios y trabajos orientados hacia la organización de eventos han venido siendo observados como cuestiones anecdóticas y superficiales faltas de interés profesional, académico o científico, siendo lamentablemente una de las áreas más menospreciada en numerosos ámbitos. No obstante, la historia nos demuestra que a lo largo de la evolución del hombre en sociedad, los eventos han venido formando parte indiscutible de la naturaleza tanto de los seres humanos como de las organizaciones contribuyendo a que los individuos, las asociaciones, las empresas, los líderes políticos y religiosos, los líderes de opinión, etc. puedan desarrollarse de forma satisfactoria en sus respectivos hábitats naturales y puedan alcanzar, de este modo, más fácilmente, sus metas y objetivos respondiendo a los intereses de quienes les rodean. De hecho, en la actualidad, los eventos nos acompañan desde la cuna a lo largo de nuestras vidas personales y profesionales bien a través de eventos sociales, bien a través de eventos académicos, empresariales u oficiales, constituyendo además uno de los sectores económicos más relevantes y en creciente desarrollo de nuestro país.

Precisamente, esta perspectiva práctica, que asume el valor estratégico que desde una perspectiva socioeconómica representa el sector de la organización de eventos, es lo que hace de este libro “Técnicas de organización de eventos” de la Dra. María del Mar Sánchez González, una obra eminentemente práctica indispensable para aquellos profesionales que requieren una información clara, ágil y completa para la organización de sus eventos propios o para la colaboración, a través del patrocinio y el mecenazgo, de eventos ajenos organizados por otras entidades físicas o jurídicas.

Bajo esta premisa eminentemente pragmática, el libro de la Dra. Sánchez se organiza en seis partes que, a través de un lenguaje concreto, directo y eficaz, proporciona las claves logísticas de la organización de eventos explicando de forma holística desde las técnicas básicas de organización de los eventos, su planificación, organización y promoción, hasta la

esponsorización y el patrocinio, la coordinación de los eventos, o la fase de evaluación (o posevento).

La primera parte, “Introducción a las técnicas de organización de eventos” aborda el sistema de ordenación de los invitados, determinando las presidencias y las precedencias, así como la ordenación de los distintos dispositivos protocolares utilizados habitualmente en la organización de eventos tales como el estrado, el auditorio y los automóviles, aviones, caravanas o embarcaciones.

Especialmente interesante para el profesional responsable de la organización de actos, resulta la segunda parte, “Planificación y organización de eventos”, donde se describe cómo contactar con el cliente, o emisor primario del evento, orientando las técnicas de organización a sus necesidades específicas y describiendo la diversa tipología de eventos que le pueden interesar, así como las fases que la realidad práctica exige para la planificación eficaz de los actos, tales como el adecuado establecimiento de los objetivos que deben guiar la fase de implantación del evento, la estructuración y realización del presupuesto o la gestión de aquellos servicios y sedes necesarios para su ejecución conforme a las necesidades del cliente.

En la tercera parte, el libro aborda los aspectos fundamentales a tener en cuenta para la promoción global de los eventos, abarcando de forma explícita desde aquellas principales técnicas de marketing y publicidad más adecuadas para la difusión de los actos (incluyendo el marketing on line y la participación en ferias) hasta la necesaria rentabilización de la imagen corporativa de empresas e instituciones a través de los eventos organizados. Destaca en este punto, la información práctica que la autora proporciona en relación a la gestión eficaz de las redes sociales para apoyar la difusión de los eventos organizados donde explica el uso de novedosas herramientas de Internet harto útiles para gestionar arias redes sociales de forma fácil y coordinada, como es el caso de Hootsuite.

La cuarta parte del libro, “Esponsorización y patrocinio”, resulta especialmente innovadora por cuanto aborda de forma clara y concisa los aspectos claves a tener en cuenta a la hora de llevar a cabo acuerdos de patrocinio y exponsorización en los actos que se organicen, explicando desde los diversos tipos de acuerdos existentes de esta naturaleza así como

cuestiones claves relativa a la modalidad de contratos que se suscriben a estos efectos y las normativas legales a las que se queda sujeto en virtud de los mismos.

En su quinta parte, “Coordinación de eventos” la obra se centra en detallar aquellos aspectos logísticos que deben tenerse en cuenta durante el desarrollo de los actos y eventos y trata desde cómo coordinar a los diversos equipos que deben converger en la implementación de los actos y la supervisión de materiales hasta la revisión de los equipos y los ensayos o la valoración adecuada de las necesidades que requiere el acto y la seguridad. Finalmente, la última parte del libro, “Poseventos” se orienta hacia cómo organizar la desmantelación de los espacios y la recogida de materiales así como en la redacción del informe final de valoración que permita evaluar el grado de consecución de los objetivos inicialmente planteados y pactados con el cliente.

A modo de conclusión general, cabe desatacar que el libro “Técnicas de organización de eventos” resulta una guía de especial interés para aquellos profesionales del sector que requieran información práctica y eficaz para determinar aquellas cuestiones logísticas esenciales necesarias a la hora de planificar, organizar y ejecutar de forma útil y efectiva la amplia diversidad de eventos que, en la actualidad, conforman parte natural de nuestro entorno social, coadyuvando al desarrollo y la evolución de personas, organizaciones e instituciones tanto en la esfera personal y particular como en la esfera empresarial y oficial.

Forma de citar esta reseña:

PULIDO-POLO, M. (2017). Reseña del libro: Técnicas de Organización de Eventos. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. VII, Nº 14, 227-230. Recuperado el ___ de _____ de ____, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-14-2017-13-227-230>.