

# LA PRODUCCIÓN DE EVENTOS

## COLECCIÓN PROTOCOLO 2

DIRECCIÓN – COORDINACIÓN EDITOR-IN-CHIEF

GERARDO CORREAS SÁNCHEZ, *Madrid - España*

COMITÉ ACADÉMICO ASESOR – ACADEMIC ADVISORY BOARD

ELIANE UBILLUS, *Campos do Jordao- Brasil*

JORGE SALVATI, *Buenos aires- Argentina*

YVONNE SOUZA, *Brasilia- Brasil*

VICTOR MENDOZA, *Caracas- Venezuela*

MARINA FERNANDEZ, *Madrid- España*

RECTORA RAMONA RODRIGUEZ PEREZ, *Managua- Nicaragua*

JAVIER AGUADO, *Madrid- España*

JUAN ANGEL GATO, *Madrid- España*

JOSEP SOLA, *Tarrasa- España*

JAVIER CANRICER, *Zaragoza- España*

EDUARDO LOPEZ CARDOSO, *Buenos aires- Argentina*

## PRESENTACIÓN DE LA COLECCIÓN

Desde 1995, la Escuela Internacional de Protocolo ha sido el principal referente en España en la formación de Protocolo y en la organización de grandes eventos.

La Escuela no es sólo un centro de formación, siempre ha compaginado su labor docente con la investigadora, actualizándose y generando conocimiento específico con el objetivo final de conseguir para los expertos en este campo el respeto profesional que se merecen situándolos en el mercado laboral, cuenta con:

- Centro de Investigación.
- Centro de Datos.
- Servicio de Publicaciones.
- Biblioteca especializada.
- Servicio de Asesoramiento a las Instituciones públicas y privadas.
- Medio de comunicación especializado en el sector de Protocolo y Eventos.

Uno de los grandes objetivos de la Escuela es **La Internacionalización**.

Consideramos que en este mundo globalizado se hace necesario no solo estar en el proceso educativo en el propio entorno que nos rodea sino abrirlo al mundo internacional habida cuenta que los alumnos desarrollarán cada vez más en un ámbito global.

Con la unión de distintas disciplinas y distintas certificaciones internacionales, podremos conseguir el objetivo de creación de perfiles profesionales que aseguren un espléndido desarrollo profesional en cualquier ámbito, obteniendo así el consiguiente retorno necesario del tiempo e inversión económica realizado por un alumno determinado.

Es por ello, que continuamos nuestra labor investigadora y divulgadora de esta apasionante y emergente disciplina enmarcada en las ciencias sociales por medio de un servicio de publicaciones con la creación de una nueva línea editorial, en colaboración con Editorial Sindéresis, que bajo el epígrafe PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, y bajo las indicaciones de un CONSEJO ASESOR, compuesto por los más altos representantes internacionales de esta disciplina, propondremos distintos títulos actualizados donde se refleja la necesaria adaptación del protocolo y la organización de eventos al mundo actual, bajo dos líneas básicas de funcionamiento:

- Colección de Manuales
- Colección de Guías Rápidas

Gerardo Correas Sánchez  
*Presidente*

CARLOS DE LA BARRERA-MONTENEGRO MÉNDEZ  
&  
LAURA LALINDE ANTÓN

## LA PRODUCCIÓN DE EVENTOS



1ª edición, 2020

© Carlos de la Barrera-Montenegro Méndez & Laura Lalinde Antón

© 2020, editorial Sindéresis

Calle Venancio Martín, 45 – 28038 Madrid, España  
Rua Diogo Botelho, 1327 – 4169-004 Porto, Portugal  
info@editorialsinderesis.com  
www.editorialsinderesis.com

ISBN: 978-84-18206-46-7

Depósito legal: M-32213-2020

Produce: Óscar Alba Ramos

Diseño portada: Rafael García Barrero

Impreso en España / Printed in Spain

Reservados todos los derechos. De acuerdo con lo dispuesto en el código Penal, podrán ser castigados con penas de multa y privación de libertad quienes, sin la preceptiva autorización, reproduzcan o plagien, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, fijada en cualquier tipo de soporte.

## ÍNDICE

1.	Prólogo .....	9
2.	Introducción.....	11
3.	Origen, historia y antecedentes .....	15
4.	Conceptos básicos.....	21
5.	Clasificación de los eventos y tipografía.....	23
6.	Fases básicas de la producción de eventos .....	31
7.	Comunicación. El trato con los clientes .....	41
8.	El trato con los proveedores .....	61
9.	Tipos de producción en eventos y principales áreas de intervención .....	81
	<b>9.1.</b> Producción General.....	84
	<b>9.2.</b> Logística y viajes.....	125
	<b>9.3.</b> Producción Gráfica .....	140
	<b>9.4.</b> Producción Técnica.....	152
	<b>9.5.</b> Producción Artística .....	247
	<b>9.6.</b> Producción Escenográfica .....	253
	<b>9.7.</b> Producción Audiovisual.....	265
10.	La producción: el montaje, el evento y el desmontaje .....	271
11.	La post producción o post evento .....	277
12.	Agradecimientos y bibliografía .....	281





## 1.- PRÓLOGO

Quizá debamos empezar este libro contando cómo hemos llegado hasta aquí y por qué estamos escribiendo Laura y yo juntos este libro. Trataré de ser breve.

Me llamo Carlos de la Barrera-Montenegro y llegué al mundo de los eventos de forma accidental, cuando estaba cursando 4º de Publicidad y RR.PP. Con apenas 21 años empecé a trabajar para grandes marcas internacionales y con 24 años monté mi propia empresa de organización de eventos [www.bluebacking.com](http://www.bluebacking.com). Y ahora, en 2020, ya han pasado 20 años desde entonces y he organizado más de 1.500 eventos empresariales. Durante estos 20 años han pasado muchas cosas (socios que van y vienen, nuevas tecnologías, crisis, clientes del pasado, nuevos clientes...) pero, por ir al grano, fue en el 2006 cuando conocí a Laura Lalinde.

Ella estaba trabajando en “La Vida es Bella”, cuando no había ninguna otra empresa de “experiencias”. Fue la pionera en su sector y por aquella época iban como un tiro. Yo era amigo de uno de los dueños y me contrataban la organización de muchos de los eventos que hacían y ahí conocí a Laura, en uno de estos eventos (de Canon, si no recuerdo mal, en el hotel Meliá Castilla).

Mi amigo acabó vendiendo su parte de la empresa, vinieron nuevos inversores y al cabo de los años me vi tomando un café con Laura, en medio de la crisis, pensando juntos en qué podíamos hacer para vender nuevos proyectos a los clientes. Debía ser el año 2013. Desde entonces hemos colaborado en cientos de proyectos y delego en ella todo lo que tiene que ver con la preproducción y parte de la producción de todos los eventos que hacemos en bluebacking. No miento si digo que mi vida profesional es mucho más sencilla y fácil desde que empezamos a trabajar juntos.

Otro hecho importante en toda esta historia es lo que ocurrió tomando unas cervezas con una buena amiga mía y Head Hunter, en septiembre de 2017. Me dijo que tenía que dar clases de organización de

eventos en la universidad. Y me convenció. Al día siguiente busqué por internet escuelas y universidades donde se impartieran carreras y cursos de organización de eventos y en menos de 15 días estaba dando mi primera clase de “regiduría de eventos” en la Universidad Camilo José Cela y luego en la Escuela Internacional de Protocolo, Complutense... Desde entonces descubrí que me encanta dar clase y compartir conocimientos. Porque además es una magnífica forma de aprender y asentar conocimientos de forma estructurada.

Y de una forma natural Laura se introdujo también en este maravilloso mundo de la docencia. Llevamos ya algunos años dando clases de producción de eventos y sinceramente no podríamos concebir nuestras vidas profesionales sin compaginar ambos mundos: docencia y organización de eventos.

Cuando en la primavera de 2019 la Escuela Internacional de Protocolo nos pidió a Laura y a mí que escribiéramos un libro de producción de eventos fue un gran honor. En un primer momento dijimos que sí sin dudar, pero cuando te enfrentas a la tarea de escribir un libro es algo un tanto aterrador. Cierto es que Laura y yo llevamos organizando eventos empresariales desde hace ya más de 20 años y que de esto algo debemos saber. Pero, amigo lector, pretender escribir un libro da vértigo. Y no solo eso, sino que escribir un libro entre dos es aún más complicado, porque no hay verdades absolutas e incluso entre personas como Laura y yo muy acostumbrados a trabajar mano a mano, surgen en muchas ocasiones opiniones contrarias.

## 2.- INTRODUCCIÓN

Empecemos por el principio: ¿Qué es la producción de eventos?

***La producción de eventos engloba todas las gestiones que hay que hacer para su correcta ejecución, antes, durante y después del evento.***

***Podríamos decir que la producción de eventos es lo contrario a la improvisación y que, cuanto mejor haya sido una producción, menos imprevistos habrán surgido.***

***La palabra clave que siempre ha de ir asociada a la producción de eventos es PREVISIÓN.***

El mundo del evento es muy complejo porque no hay dos actos iguales. Aunque en este libro nos vamos a centrar en la producción de eventos corporativos o empresariales, la buena producción de eventos es aplicable a cualquier modalidad, ya sea un cumpleaños infantil o un macro concierto. Se trata en definitiva de no dejar nada al libre albedrío. Esta afirmación puede parecer exagerada, pero creednos cuando decimos que todo ha de estar previamente planificado, previsto y cuidadosamente ejecutado. Incluso esos momentos aparentemente espontáneos que se viven en algunos espectáculos, han sido programados previamente.

En función de la dificultad del evento que tengamos entre manos, la producción puede ser más o menos compleja. No requiere la misma inversión de tiempo y recursos una reunión de 10 personas, que un congreso de 5.000 asistentes que además se retransmite por *streaming* en abierto.

***Por regla general podríamos decir que la complejidad de la producción de un evento será directamente proporcional al número de asistentes, servicios implicados y a su repercusión mediática. A mayor público, mayor complejidad organizativa y más compleja será su producción.***

También hay otros factores que hacen que un evento sea más o menos complicado, como hacer el evento en un país u otro, la presencia de

personalidades VIP, la implicación de nuevas tecnologías, el uso de espacios públicos, la tramitación de licencias, la convocatoria de medios de comunicación... Todo esto suele darse cuando hay una gran afluencia de público, ya sea real o virtual.

Al igual que otros sectores, el de los eventos ha ido evolucionando con el fin de adaptarse a los tiempos actuales. Así, desde que internet y los smartphones entraron en nuestras vidas, han aparecido nuevas herramientas y funciones que han permitido diversificar los eventos ofreciendo múltiples y novedosos servicios. Hablamos entonces del *streaming*, las redes sociales, los *community managers*, los *influencers*, plataformas especializadas en eventos como *Eventbrite*, apps para la gestión de eventos, gamificación... y lo que queda por venir...

La evolución es continua: lo que sorprende hoy al asistente, mañana deja de hacerlo empujándonos a buscar nuevas alternativas.

*En el mundo de los eventos siempre se persigue el sorprender al asistente, por lo que siempre se están buscando nuevas herramientas, ideas, soluciones, productos, conceptos, espacios...*

Los propios clientes también evolucionan evento tras evento, siempre buscando la mejora continua. Su nivel de exigencia aumenta en cada evento y buscan, al igual que los organizadores, sorprender a los asistentes.

***El buen productor de eventos ha de ser experto en muchos campos, en continuo aprendizaje y siempre atento a las nuevas tendencias.***

***Y, como no se puede saber de todo, el buen productor debe rodearse de los mejores expertos en cada área.***

***Por muy complejo que sea un evento y por mucha evolución que haya, la buena producción de eventos mantiene unos principios que contribuirán siempre al éxito.***

Antes de pasar al próximo capítulo conviene aclarar quién hace la producción de un evento. Como ya hemos comentado, la producción engloba todas las gestiones que hay que hacer. Ya entraremos en detalle

más adelante, pero por mencionar algunas de las gestiones podríamos hablar de localización y gestión de espacios, catering, audiovisuales, iluminación, decoración, cartelería, mobiliario, artistas, producción audiovisual, *merchandising*, transportes, alojamientos, invitados, personal, producción de contenidos, *influencers*, medios de comunicación...

En muchas ocasiones es la agencia de eventos quien hace la producción total (de todos los servicios implicados en el evento). Pero en otras ocasiones la producción es parcial (solamente de determinados servicios), lo que implica que otras partidas son gestionadas de forma externa a la agencia de eventos. ¿Quiénes pueden encargarse entonces de la producción de estos servicios? La agencia de Comunicación, la agencia de Relaciones Públicas, la productora de eventos, la agencia de viajes, la agencia de azafatas, la productora de vídeo, la agencia de publicidad... o incluso los propios departamentos de eventos o comunicación dentro del cliente.

Cuando la agencia de eventos es la encargada de producir el acto en su totalidad, es fundamental la coordinación entre departamentos responsables de cada área. Cuando la agencia se responsabiliza solamente de determinados servicios, lo perfecto para que el evento no pierda calidad ni sensación de unidad es coordinarse con las empresas o departamentos que gestionan los servicios que no nos han sido asignados para su producción.

Muchas empresas presumen de tener producción propia y se hacen llamar “productoras de eventos”, queriéndose diferenciar de las agencias de eventos. Pero como iréis descubriendo a lo largo de este libro, la producción de eventos abarca demasiados campos y no conocemos ninguna empresa que tenga producción propia de todos ellos. Lo habitual es que tengan producción propia de cartelería, o de audiovisuales, o de construcción de decorados, o de contenidos o de producción de vídeo... y que coordinen el resto de servicios.



### 3.- ORIGEN, HISTORIA Y ANTECEDENTES

Tal y como apuntábamos en el capítulo anterior, la evolución en nuestro sector es continua. Tratar de dictaminar cuándo surgió el primer evento es probablemente tan pretencioso como intentar encontrar respuesta a preguntas como ¿Qué fue primero, el huevo o la gallina? o ¿en qué momento apareció el *homo sapiens*?

Son cuestiones imposibles de responder, puesto que todo forma parte de un proceso evolutivo que no tiene ni principio ni fin. Aun así la historia recoge algunos momentos que merece la pena mencionar para entender los orígenes y primeros pasos de este apasionante mundo:

- El teatro nació en Atenas, Grecia, entre los siglos V y VI a.C. Allí, los atenienses celebraban los ritos en honor a Dionisio, dios del vino y de la vegetación. Estas primitivas ceremonias rituales irían luego evolucionando hacia el teatro, constituyendo uno de los grandes logros culturales de los griegos. Lo cierto es que este nuevo arte estuvo tan estrechamente asociado a la civilización griega, que cada una de las ciudades y colonias más importantes contó con un teatro.
- El origen de los eventos se remonta a Tyre (Tiro), una ciudad fenicia del Mediterráneo. Pero fue en Delfos, una ciudad de la antigua Grecia, donde comenzaron a celebrarse las primeras ferias. Éstas contaban con una frecuencia anual y surgieron de un modo espontáneo generado por la necesidad de unir la oferta con la demanda, además de la necesidad de establecer contactos entre individuos.
- Posteriormente los romanos copiaron a los griegos esta modalidad, extendiéndola por toda Europa a medida que iban construyendo su imperio. Fue el mismísimo Carlomagno quien definió las ferias como el mejor medio de comunicación comercial. Ya la Carta Magna contenía una cláusula mediante la cual se permitía a

los habitantes de lo que posteriormente sería territorio inglés, el libre tránsito siempre y cuando el motivo fuese viajar de feria en feria.

- Pero el primer evento, tal y como hoy lo conocemos, se dio a raíz de la Revolución Industrial, durante la cual se reformuló por completo el mapa político europeo. Inglaterra necesitó entonces mostrar al mundo su potencial comercial y conquistar nuevos mercados: para ello se organizó en Londres una feria llamada Gran Exhibición de Trabajos Industriales de Todas Las Naciones, también conocida como *Expo del Cristal Palace*, que tenía como lema *El Progreso*. Así fue cómo surgió la primera Expo Universal en 1851. Se celebró en una sede totalmente transparente, en la que expusieron 19.937 empresas (7.000 de ellas de USA). Uno de los aportes de esta gran exhibición fue la utilización de elementos prefabricados que proporcionaron mayor rapidez en el montaje, lo que generó a su vez, la posible recuperación posterior.
- Dos años más tarde, los expositores americanos entusiasmados por los resultados de la muestra de Londres, organizaron una segunda edición de la Expo Universal de 1853 en la ciudad de Nueva York, aunque con resultados financieros desastrosos: US\$ 300.000 de deuda.
- Más tarde apareció la tercera Expo Universal en París en 1889, en la cual participaron casi 21.000 expositores. En esta ocasión tomaron especial relevancia nuevas concepciones en la construcción que concedieron a la Exposición una gran visibilidad. Como elemento clave de entrada se construyó la famosa Torre Eiffel, de 300 metros de altura, diseñada por Gustav Eiffel. Dicha construcción se realizó sin una finalidad concreta; sin más objetivo que actuar como símbolo puntual destinado a ser desmontado apenas terminara la Expo. Pero habiéndose transformado en poco tiempo en una de las atracciones principales de este acontecimiento,



finalizado el mismo se decidió dejarla tal cual puede observarla quien hoy día viaje a Paris.

- Viena también quiso marcar la historia en este mundo de los eventos, realizando la cuarta y más grande Expo Universal hasta sus días, con un costo próximo a los U\$S 11.000.000 y una temática clara: *Cultura y Educación*. Los edificios en el Prater, el famoso parque Vienés en una isla del Danubio, hospedaron casi a 26.000 expositores y se recibieron más de 6.500.000 visitantes.
- Los hermanos Lumière crearon el cinematógrafo: dispositivo que permitía la toma, proyección y hasta el copiado de imágenes en movimiento. La presentación fue el 28 de diciembre de 1895 en París. Consistió en una serie de imágenes documentales, de las cuales se recuerdan aquellas en la que aparecen los trabajadores de una fábrica (propiedad de los mismos Lumière), y la de un tren (en la estación de La Ciotat) que parecía abalanzarse sobre los espectadores. Ante estas imágenes las personas reaccionaron con un instintivo pavor, creyendo que el tren los atropellaría.
- El término diseño de producción, aparece por primera vez en el cine y se genera a partir de la necesidad de crear una estética única en cada producción cinematográfica. Los directores de arte entendieron que la escenografía, la fotografía y hasta el vestuario debían ir de la mano para lograr generar el impacto deseado en el espectador. Así, el nombre “Diseñador de Producción” aparece por primera vez como un reconocimiento de los premios Óscar para la película *Lo que el viento se llevó* en 1939, al diseñador de producción William Cameron Menzies.
- El 21 de marzo de 1952, se llevaba a cabo en Cleveland, Estados Unidos, el *Moondog Coronation Ball*, considerado el primer concierto de rock de la historia. Debido a la falsificación masiva de entradas y a la sobreventa por parte de los patrocinadores del evento, entre 20.000 y 25.000 personas asistieron al concierto: más del doble de la capacidad del estadio donde se celebraba. Este

exceso provocó que, menos de una hora después del comienzo del show, el público que había quedado fuera rompiera las puertas del estadio. La policía tuvo que intervenir, y así el *Moondog Coronation Ball* fue cancelado al poco tiempo de comenzar.

- *Woodstock* (1969). Estamos hablando de la meca del movimiento hippie a finales de los 60. Aquel era el primer macro festival que se celebraba y se hablaba de 400.000 personas abarrotando aquellos terrenos del Estado de Nueva York. Jimi Hendrix, Janis Joplin, Joan Baez, The Who, Santana o Joe Cocker fueron los protagonistas musicales en aquellos tres mágicos días de Paz, Amor y Psicodelia. Aquella fue una de las reuniones hippies más importantes de la historia y, a su vez, uno de los festivales de rock más simbólicos de todos los tiempos.
- En España el boom de los eventos surge a raíz de 3 grandes acontecimientos celebrados en el año 1992: *Exposición Universal de Sevilla*, *Juegos Olímpicos de Barcelona* y *Madrid Capital Europea de la Cultura*. Antes de estos tres hitos, los profesionales que trabajaban en este sector procedían de sectores diversos y poseían una formación heterogénea aunque complementaria. Algunos provenían del mundo del espectáculo, otros venían desde la publicidad y el marketing y los otros llegaron desde servicios adicionales a los eventos (medios audiovisuales, azafatas, etc.).
- Con el paso de los años las personas dedicadas a la producción se fueron profesionalizando, y empezaron a ofrecer servicios integrales de organización de eventos. Actualmente España es uno de los países más atractivos para celebrar un evento corporativo de público europeo, destacando Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao y Sevilla.
- La crisis económica del 2008 implicó que un gran número de agencias cerrasen sus puertas y otras se redimensionaran. También vimos descender los presupuestos destinados a los eventos, al igual que el de las áreas de comunicación, marketing y

publicidad. Los presupuestos para eventos corporativos sufrieron un importante “tijeretazo” o bien se suprimieron. Lo lúdico ya no era importante y en las empresas destinar dinero a la mera diversión cuando tantos empleados perdían sus puestos de trabajo, lanzaba un mensaje contraproducente. Por ello resultaba obvio que el objetivo de los eventos debía adaptarse a los tiempos, buscar nuevos objetivos, cambiar los mensajes a transmitir, dirigirse a públicos específicos y hacer acopio de toda la creatividad y profesionalidad posible. Es decir, la industria de los eventos necesitaba reinventarse para sobrevivir. Por tanto podemos decir que la crisis también ha generado aspectos positivos, ya que de forma indirecta supuso evolución, mejoras en el diseño y contenido de los eventos para lograr resultados más óptimos.

- Desde el año 2014-15 se está produciendo una recuperación de los presupuestos que clientes corporativos destinan a los eventos, pero también un mayor nivel de exigencia, puesto que hoy en día un evento se diseña en función de los resultados que queremos medir. Esto supone una mayor exigencia en cuanto a creatividad, análisis de objetivos y perfil de clientes, y menos intrusismo en el sector (personal especializado en las agencias). Ahora existe una visión mucho más estratégica de los eventos. Los clientes piden eventos que no supongan momentos puntuales de comunicación, motivación, formación a un público ubicado en una sala. Quieren ir más allá, lograr resultados más duraderos y captar datos, adquirir conocimientos del público, generar contenidos que se difundirán después, viralizar el evento... aporta un valor estratégico mucho mayor a la empresa o asociación.
- La tecnología forma parte importante de los eventos actualmente: Apps para facilitar *networking* y comunicación; *Streaming* para multiplicar el impacto; RRSS; Sistemas de votación en directo para fomentar la participación; Tecnologías audiovisuales (realidad virtual, *mapping*, hologramas....), drones, etc.

*El sector de los eventos no para de evolucionar, pero no olvidemos que este sector, tal y como lo conocemos hoy, no tiene ni 200 años de antigüedad.*

*La nuestra es una profesión muy joven si la comparas con otras como la de los médicos o abogados, que ya se ejercían en la Edad Media.*

*Nació con las Exposiciones Universales en la Revolución Industrial y aún le queda mucho por hacer.*