

Objetivo: profesionalizar

Mar García, vicepresidenta de Agencias de Eventos Españolas Asociadas (AEVEA) y directora general de Grass Roots, presentó AEVEA y la Guía Técnica de Buenas Prácticas en la Compra de Servicios de Eventos ante las agencias del sector de Valencia, convocadas por el Palacio de Congresos de esa ciudad y el Valencia Convention Bureau.



Mar García, vicepresidenta de AEVEA y directora general de Grass Roots, durante la presentación de la Guía Técnica de Buenas Prácticas en la Compra de Servicios de Eventos en Valencia.

Comenzó exponiendo los objetivos fundamentales de la asociación: profesionalizar la industria de eventos y poner en valor el trabajo de las agencias organizadoras. Actualmente forman AEVEA un total de 65 agencias radicadas en Madrid, Barcelona, Sevilla, Bilbao, San Sebastián, Vitoria, La Coruña, Salamanca, Segovia, Murcia y Las Palmas, y se espera que pronto en Valencia. Es una asociación de todos y para todos.

Hizo un recorrido por los grupos de trabajo en los que AEVEA participa, sus propios foros, las relaciones establecidas con otras asociaciones y los proyectos en curso, así como el amplio abanico de servicios que ofrece a sus socios.

A continuación pasó a exponer uno de los documentos resultado del enorme trabajo que ha supuesto la elaboración de la Guía Técnica de Buenas Prácticas en la Compra de Servicios de Eventos, que a iniciativa de AEVEA ha sido elaborada junto con AERCE (Asociación de profesionales de Compras), varios *event managers*, y empresas de servicios para eventos.

Comenzó señalando las recomendaciones para convocar un concurso, empezando por la selección de todas las partes decisoras involucradas desde el principio del proceso para la validación del objeto, condiciones y presupuesto asignado al concurso, así como evitar que el objeto del concurso sufra alteraciones graves durante el proceso de selección de agencia o de ejecución del proyecto. El conocimiento claro por parte de las agencias de los parámetros a evaluar, así como el peso de los mismos y los plazos de ejecución, proceso de homologación, número de proveedores...etc.

Posteriormente se centró en la necesidad de confirmar que el nivel de información dado con el *briefing* sea lo suficientemente bueno como para que provoque propuestas acertadas y basadas únicamente en los requerimientos solicitados. Contemplar la posibilidad de una parte remunerada para cubrir costes externos. Entrega de información útil e igual para todos los participantes en el concurso. *Timing*, plazo, dudas, acuerdo de confidencialidad...

Defensa presencial de ofertas

Mar García continuó hablando de las recomendaciones al presentar un proyecto: presentación de ofertas ajustadas a presupuesto, *briefing* y adaptada, también, a las estrategias y objetivos de cada cliente. Los presupuestos de las agencias deben ser claros, transparentes y estar debidamente desglosados. Se tendrá en cuenta el valor añadido real del trabajo que se desprende de la creatividad, el diseño de piezas y su arte final.

El tiempo dedicado por el equipo humano se cuantificará por categoría profesional y dedicación al proyecto. La presentación, selección y negociación de proveedores debe ser también valorada.

La Guía también recomienda la defensa presencial de ofertas, sistemas de pagos y cobros según usos y costumbres. Los modelos y criterios de negociación tienen que estar, también, definidos previamente y notificados a los participantes con antelación.

Siguió con las recomendaciones para adjudicar un proyecto: El criterio de adjudicación

tiene que ser claro y transparente e informado previamente. Comunicación a los no adjudicatarios de los motivos de la decisión y de los puntos favorables y desfavorables de su propuesta. No se utilizarán los proyectos descartados, ofertas tratadas como solución global, respeto a normas del *briefing*...

Por último concluyó con lo que debe hacerse al adjudicarse un proyecto. Es primordial trabajar bajo criterios de seguridad jurídica reflejados de manera contractual. Respetar bidireccionalmente los acuerdos de confidencialidad y de protección de la propiedad intelectual (en este punto habló del Registro electrónico de Proyectos que han impulsado AEVEA para proteger los proyectos de las agencias), así como sobre la información sensible de compañía y agencias. Generar una política de pagos sostenible para ambas partes, aplicar los sistemas, procesos y herramientas de evaluación y validación de resultados del evento...etc. ■



BEATRIZ GONZÁLEZ QUEVEDO
GERENTE DE AEVEA