



DE PUERTAS ABIERTAS

Varios directivos de agencias de eventos resaltan la madurez que comienza a adquirir este mercado en nuestro país.

La creciente competencia y las múltiples posibilidades todavía por explotar son algunos de los principales rasgos del mercado de la organización de eventos en España. Un sector sobre el que los profesionales consultados para la realización de este reportaje coinciden en resaltar que, a pesar de sus reducidas dimensiones, ha comenzado su camino hacia la madurez. Prueba de ello es la creciente demanda por parte de los anunciantes, que perciben en esta clase de actividades una ocasión única para estrechar los vínculos con sus potenciales y actuales clientes y para transmitirles un mensaje directo y personalizado.

El año 2002 arroja una lectura positiva para la mayor parte de las agencias de eventos consultadas para la realización de este artículo. Un año en el que, a pesar del clima de incertidumbre en el que se ha desarrollado y la crisis por la que ha atravesado, y en la que continúa, la economía mundial, el mercado de la organización de eventos ha obtenido un resultado más que aceptable, según confirman varios responsables de estas compañías. Muestra de ello es que este particular sector comienza a caminar por la senda de la madurez y a equiparar su situación poco a poco con la que disfruta en otros países de nuestro entorno más cercano como, por ejemplo, Francia, Alemania o el Reino Unido.

Fermín Pérez, director general de Global Events, señala que el 2002 ha sido un año en el que el sector no sólo “ha logrado mantener el nivel de negocio, sino que, incluso, ha experimentado un ligero crecimiento”, lo que es interpretado como un verdadero triunfo en un contexto económico que empujaba al pesimismo y a la reducción del volumen de ingresos. La conclusión es que “el sector continúa en clara progresión

