

EN VIVO Y EN DIRECTO

De brazos cruzados... esperando a Murphy



**RAIMOND
TORRENTS ***

Un cliente con el que había organizado varios eventos, convenciones de ventas principalmente, un día, después de presentarle en presupuesto para el enésimo evento en el que colaborábamos, me sugirió: "Deberías bajar la partida correspondiente a honorarios de producción". Inmediatamente argumentó: "En todos tus eventos hay dos o tres personas paradas, que no hacen nada". Y era cierto, afortunadamente.

En eventos, la creatividad es importante, la tecnología audiovisual, también, y la gastronomía y las actividades lúdicas y la animación y... todo lo demás. Todo es importante y todo, como manda Murphy, puede salir mal.

Un evento es un acto en vivo y en directo y como tal cuenta con un tipo de riesgo muy distinto al que estamos acostumbrados a gestionar cuando manejamos otras herramientas de comunicación o marketing. El directo no permite rectificar, permite enmendar, pero lo ya ha sucedido es historia y no podemos

cambiar la historia, como mucho, corregir sus efectos.

En eventos el riesgo debe acercarse a cero y el trabajo de planificación de todo el equipo organizador debe tender a ello. Todo debe salir tal y como está previsto. En caso de imprevistos o contingencias, también.

El riesgo cero no existe, hay imponderables difíciles de prever o que por improbables no es rentable contemplar. Controlar el riesgo supone planificar al mínimo detalle, prever todas las etapas de la producción y preguntarse qué puede suceder en cada una de ellas.

Identificar los riesgos es una primera fase imprescindible de toda producción. Prever modelos de actuación ante esos riesgos es la segunda.

¿Todos los riesgos son previsibles? Casi todos. Aquellos menos previsibles acostumbran a ser, también, los menos habituales (terremoto, revolución, accidente aéreo, epidemia...).

¿Todas las contingencias son subsanables? Casi todas, si han sido previstas.

El responsable del evento deberá decidir, entonces, cuáles de los riesgos posibles quedan cubiertos por la producción del evento y qué contingencias, por improbables o desproporcionadamente costosas, pasan a considerarse causas de fuerza mayor y obligarán, si se da el caso, a alterar el curso del evento.

Medir el riesgo de un evento y prever cómo actuar en cualquier situación garantiza su éxito. Eso sí, prever el riesgo de un evento y establecer un buen plan de contingencias no es fácil, requiere tiempo, trabajo minucioso y un presupuesto superior. Si puede llover deberemos comprar paraguas.

Pero, como decía al principio, los eventos no dan segundas oportunidades. El coste de que un evento no salga bien es muy alto. Aseguremos su resultado tanto como nos sea posible. Si después resulta que no llueve, no hace frío ni calor, no hay retrasos y nadie necesita atención médica, mejor. Y si además, durante el evento, nuestro personal está de brazos cruzados, mejor que mejor, señal inequívoca de que todo funciona.

[*] **RAIMOND TORRENTS FERNÁNDEZ** (ip@torrents.org) es consultor y organizador de eventos de empresa.