

ANA GRANDÍA,

Presidenta de Global Event, empresa galardonada:

“Todo lo imaginable se puede transformar en realidad”

“Para nosotros el nuevo protocolo resulta vital. Con él conseguimos que los clientes sientan que no hay que preocuparse por nada”

JUAN LUIS FUENTE

Madrid

Arriesgada y trabajadora. Así es Ana Grandía, presidenta de Global Events, la empresa de organización de eventos más importante de España y parte del extranjero. Lo demuestra su currículum y los resultados de su marca comercial. Y eso que provenía de un sector completamente ajeno a éste; reconoce que en otros tiempos no sabía ni utilizar el vídeo de su casa. Pero un buen día se echó la manta a la cabeza para afrontar lo que sin duda fue el mayor reto de su carrera: a los tres años de fundar la empresa tomó la decisión de abrir una oficina en el extranjero, en Miami. Dice que se fue con lo puesto, a vivir en casa de una amiga y a trabajar en una oficina donde estaba muerta de miedo. Allí fue donde se hizo socia de Fermín Pérez, creador de Global Events. Y a partir de entonces, trabajo, trabajo y trabajo. Y resultados. Y también etapas muy duras. Pero el esfuerzo bien les está mereciendo la pena. No en vano, este año han sido galardonados con el X Premio Internacional de Protocolo a la Empresa, algo que les llena de inmensa satisfacción. Bien se lo merecen; solamente en 2007 realizaron 151 eventos, que se dice pronto, y todos ellos de máximo nivel. Ana Grandía afirma que en el mundo de los eventos, “todo lo imaginable se puede transformar en realidad”.



“En Global Events resolvemos todas las necesidades, nos ponemos completamente al servicio de quien nos contrata y ofrecemos un proyecto ‘llave en mano’: asumimos toda la gestión del trabajo y liberamos al cliente de preocupaciones”

Global Events es, sin lugar a dudas, una de las empresas más importantes del sector de organización de eventos. ¿Cuál ha sido el camino que le ha llevado a ello?

Hemos creído siempre en lo que hacíamos y, sobre todo, hemos trabajado siempre con mucha ilusión y ganas para tener el mejor resultado final.

Somos muy exigentes internamente y esto ayuda a la hora de trabajar con el cliente, tenemos un camino ya recorrido.

En este sentido, ¿qué tal le sienta recibir el Premio Internacional de Protocolo en la modalidad de empresa?

Nos sentimos orgullosos de que se reconozca nuestro esfuerzo y dedicación. Es un premio muy importante y que nuestros clientes valoran mucho. Tenemos que agradecer mucho que el jurado crea en nosotros.

¿En qué circunstancias y con qué objetivos nació Global Events?

Global Events es un grupo internacional de empresas de comunicación cuya sede principal está en Madrid y actualmente tiene oficinas en Barcelona, París, Miami y Nueva York. Sus orígenes se remontan a 1984 con el diseño y construcción de espacios escénicos. A lo largo de diez años sumamos al diseño y construcción nuestra capacidad de ejecución audiovisual y la aplicación de nuevas tecno-



logías y soluciones multimedia. En 1997, como resultado de la necesidad de soluciones globales para la realización de eventos, nació Global Events.

Pioneros en la comunicación corporativa y la organización de eventos, Global Events es líder indiscutible en España con una facturación de más de 30 millones de dólares y una de las 20 compañías más importantes del sector en el mundo (según la revista especializada norteamericana *Special Events* en noviembre de 2007). Actualmente cuenta con casi setenta empleados.

Tiene muchos premios y distinciones...

Ciertamente, Global Events está reconocida de forma unánime por clientes y medios especializados nacionales e internacionales. Atesora los premios más relevantes del sector: *Mejor Empresa de Eventos 2007* (Estrategias), *Grand Prix Cristal a Mejor Evento de Iberoamérica* (FIP), *Best Event in Spain* (EIBTM), *Best Corporate Event* (AME Awards), *Best Achievement in Technical Support* (Special Events), *Best Set Design* (EuBEA)...

¿Podría concretar qué actividades desarrolla dentro de este sector?

Integrado por varias empresas de comunicación ATL y BTL, Global Events es un grupo de comunicación integral especializado en eventos corporativos, tanto internos como

“Conscientes de su responsabilidad como ‘forjadores de sueños’, el personal de la compañía se vuelca con cada proyecto para que el resultado final sea igual de emocionante para el cliente y para el organizador”

externos, es decir para el consumidor final. La unión multidisciplinar de departamentos posibilita la gestión y desarrollo completo de diversas herramientas de comunicación: eventos corporativos y privados, convenciones externas e internas, lanzamientos de productos, sesiones de formación, juntas de accionistas, ruedas de prensa, ferias y montaje de stands, viajes de incentivos, acciones de teambuilding, márketing directo, diseño gráfico y multimedia, producción audiovisual...

¿Por qué Global Events se diferencia de una manera clara del resto de las empresas de organización de actos?

Por nuestro espíritu. El que nos hace querer superarnos siempre y hacer el evento que están soñando hacer. Saber traducir y plasmar las expectativas del cliente. Creer en lo que hacemos y, sobre todo, creer en lo que hace el cliente siendo uno más de ellos. Enfrentar cada trabajo como el primero y el último. Realizamos muchos eventos al año y hace que tengamos una amplia experiencia en

diferentes tipos de eventos... es decir, que nos han pasado ya muchas cosas que podemos prever.

¿Cuánta importancia dan al protocolo en el desarrollo de sus actos?

Nuestro punto fuerte es darnos cuenta hasta del último detalle. Ver las cosas antes que nadie. Para nosotros el nuevo protocolo resulta vital. Es hacer que los clientes ni se den cuenta del gran esfuerzo, trabajo y dedicación por la excelencia, que siempre tengan la sensación de no tener que preocuparse por nada.

Destaca mucho en Global Events la capacidad de innovación y de creatividad que dan a los actos que organizan. ¿Son los creativos la sección más importante de la empresa?

Es una parte importante pero no la más importante. En Global todos tenemos una parte de creativos.

¿Qué esquema de trabajo siguen desde que se les encarga un evento hasta que se lleva a cabo?

El punto de partida es siempre el briefing que nos facilita el cliente donde define sus necesidades para organizar el evento. El director del proyecto, interlocutor único con el cliente y máximo responsable del trabajo, pone en marcha todo el engranaje interno, comunicando a cada uno de los departamentos que van a intervenir en ese evento lo que el cliente necesita, para que lo pongan en marcha. A partir de ese

“En EEUU son conscientes desde hace tiempo del valor que tienen los eventos y están mucho más avanzados. El sector es más respetado y está más desarrollado que en Europa”

momento todos trabajan al unísono en sus competencias con estrecha comunicación entre ellos para conseguir el objetivo común de llevar a cabo el evento con éxito.

Se dice que el mercado de los eventos esta más en boga que nunca. ¿Cree que hay muchas empresas de este sector bien preparadas o hay muchas que no dan la talla?

Cuando alguien de otro sector asiste a un evento siempre nos dice: “que suerte tenéis, que trabajo más bonito, a mi me gusta desde siempre organizar este tipo de cosas”, etc... y con estos pensamientos se lanzan a montar una empresa de eventos. Cuando esto pasa pueden ocurrir dos cosas: la empresa fracasa, porque se dan cuenta de que sí,

“En tendencias todo es cíclico. Ahora estamos pasando por el minimalismo, pero volveremos a los grandes volúmenes y escenografías impresionantes. Estas tendencias se aprecian en todos los sectores: catering, diseños web, espacios, decoración...”

todo es muy bonito, pero es muy sacrificado y no es tan fácil como parece. O tiene éxito porque ha sabido hacerlo. De todas formas, hoy existen muchas empresas de eventos que se dedican a un solo cliente, o que efectivamente no dan la talla, aunque también hay alguna que aunque sea pequeña, te sorprende con eventos creativos y desde el

punto de vista logístico o de producción muy bien organizados.

¿Cómo hacen para dar respuesta a cualquier tipo de petición por parte de su cartera de clientes?

Tenemos un gran equipo en Global y con una gran experiencia que nos permite reaccionar rápido a cualquier tipo de petición. Tenemos dentro empresas de audiovisuales, equipamiento de impresión indus-

trial, productora de vídeo, etc, que nos permite reaccionar rápidamente a las peticiones de los clientes.

Tenemos un gran equipo en Global y con una gran experiencia que nos permite reaccionar rápido a cualquier tipo de petición. Tenemos dentro empresas de audiovisuales, equipamiento de impresión industrial, productora de vídeo, etc, que nos permite reaccionar rápidamente a las peticiones de los clientes.

En Europa, bastante alto. Si nos comparamos con el resto del mundo, diría que todavía no tenemos una mentalidad clara de las ventajas que tiene un evento tanto interno como externo. En EEUU son conscientes desde hace tiempo del valor que tienen y están mucho más avanzados. El sector es mucho más respetado y está más desarrollado que en Europa.

¿Cuáles son, a su juicio, las principales tendencias (materiales, escenografías, etc.) que marcan hoy en día las pautas para la confección de eventos?

En realidad todo es cíclico. Ahora estamos pasando por una tendencia minimalista, limpia y clara, pero volveremos a los grandes volúmenes y escenografías impresionantes. Estas

tendencias se aprecian en todos los sectores: catering, diseños web, espacios, decoración...

¿Es todo posible en el mundo de la organización de eventos? (transformación de escenarios, formas y fondos virtuales, dar gusto a todas la personas...).

Seguro. Todo lo que se pueda imaginar, se puede transformar en realidad.

¿Tiene límites el mundo de la producción de actos? Hable al respecto.

En relación a los presupuestos, a veces no se realiza una previsión de presupuesto acorde con la presentación que se quiere realizar. En relación a la creatividad, siempre está el límite de la mentalidad de la empresa. Hay de todo, empresas que están abiertas a las innovación y empresas con una mentalidad más anclada en el pasado y más centrada en el mensaje que quieren transmitir que en la forma de transmitirlo para que llegue a todo el mundo. En relación a infraestructuras, muchos límites a nivel nacional. Faltan grandes hoteles, grandes espacios para eventos, cenas, etc... Hay actos que se tienen que dividir en varios por falta de de todo esto. Y también es importante que las nuevas infraestructuras cuenten con el asesoramiento de gente especializada en eventos. Muchas veces construyen hoteles sin altura suficiente en el salón principal para una proyección, porque sólo tienen en mente una cena; no se plantean el potencial de la misma sala.

¿Cómo es la relación técnica del mundo de los actos oficiales con los eventos de instituciones privadas? ¿Debe reciclar el mundo oficial en cuanto a sus planteamientos organizativos?

Es lógico que las instituciones privadas vayan por delante de las oficiales, ya que tienen que destacar mucho más en el mercado y tienen una competencia muy feroz. El sector oficial debería reciclarse porque las personas que asisten a los eventos que organiza también van a los privados, y al comparar entre unos y otros seguramente salen perjudicados los actos oficiales.

Como uno de los principales referentes del sector, ¿cuáles son los valores que cree que les



Acto de Electrolux organizado por Global Events.

diferencian con respecto a sus competidores?

El grupo Global Events realiza todo su trabajo bajo la filosofía de la organización integral: a través de una unión multidisciplinar de departamentos propios asumimos todos los puntos clave del proyecto. Esto se traduce en un control absoluto de su desarrollo, una coherencia interna a todas sus facetas, una información a cliente en tiempo real y, finalmente, un mayor control de costes. Junto a la filosofía de proyecto integral, el grupo Global Events comparte una serie de valores que nos diferencian y cimientan nuestro éxito. Me refiero a la orientación al cliente, a la creatividad y a la ilusión.

Hable de cada uno de estos aspectos. El primero: orientación al cliente.

Aquí debo decir que la comunicación corporativa y el evento en particular deben amoldarse y representar a la perfección el espíritu de los clientes. Ahí reside su fuerza y su efectividad como herramienta de comunicación. Es por esto que en Global Events resolvemos todas las necesidades, nos ponemos completamente al servicio de quien nos contrata y ofrecemos un proyecto *llave en mano*: asumimos toda la gestión del trabajo y liberamos al cliente de preocupaciones.

“El sector oficial debería reciclarse porque las personas que asisten a los eventos que organiza también van a los privados, y al comparar entre unos y otros seguramente salen perjudicados los actos oficiales”

¿Respecto a la creatividad?

En la sociedad de hoy, la eficiencia técnica es un requisito mínimo para mantenerse en el mercado. Por eso, Global Events cuenta con muy buenos profesionales y medios técnicos. Sin embargo, nuestro trabajo debe ofrecer esa chispa de originalidad que nos diferencie y transforme nuestros proyectos en experiencias únicas y exclusivas. A través de soluciones innovadoras y creativas cada proyecto de Global Events se convierte en un producto irrepetible.

¿Sobre la ilusión?

EDada su filosofía multidisciplinar, el personal de Global Events procede de ámbitos muy dispares, desde producción cinematográfica a periodis-

mo o marketing. Sin embargo, todos ellos comparten una cualidad: la ilusión. Conscientes de su responsabilidad como *forjadores de sueños*, el personal de la compañía se vuelca con cada proyecto para que el resultado final sea igual de emocionante para el cliente y para el organizador.

¿Se puede hablar de uno a varios actos estrella a lo largo de la trayectoria de Global Events?

Si, claro. El primero fue nuestro primer evento para Accenture (Andersen Consulting entonces) que fue el que dio el primer empujón a la empresa, en el año 1997. Después, nuestro primer evento integral cien por cien, con Renault y la presentación del Laguna en Marrakech, en el año 2000. Otro hito fue el gran salto al extranjero y el inicio de nuestra carrera hacia la multinacional que somos hoy. En el año 2000 abrimos nuestra primera oficina al otro lado del charco, en Miami. El año 2005, fuimos líderes de España y la empresa figura en el puesto 14 del mundo en cuanto a facturación (según el ranking de la revista *Special Events*)... hasta hoy

¿Cuáles son las reglas de oro de Global Events para triunfar en los eventos que organiza?

Ilusión, dedicación y disfrutar de lo que haces. ■