

Historias empresariales

ANTONIO M. VÉLEZ

Eventoplus



FUNDACIÓN: 2000

EMPLEADOS: 20

VENTAS: 1,6 MILLONES DE EUROS

Entre 5.000 y 6.000 millones

Fue la cifra de negocio del sector de eventos corporativos en 2008. La crisis ha reducido la actividad



CONTACTO PROFESIONAL
Los festejos empresariales sirven para poner en común los intereses de los profesionales.

MONICA PATXOT

Los eventos de empresa «son vitales para crear equipos de ventas»

Eventoplus nació antes del estallido 'punto.com' y logró sobrevivir

web especializado. A priori, era difícil: dos de los fundadores (incluyendo a Mottard) provenían de un negocio muy diferente, el de la consultoría. El tercero sí tenía experiencia en el sector, pero en un mercado muy lejano (Singapur).

En pleno *boom* tecnológico, decidieron intentarlo. "En tres fines de semana de *brainstorming* frenético tomamos la decisión y dejamos nuestros respectivos trabajos", recuerda Mottard, que, como consultor, admite que aquello era "una locura". El plan era "conseguir dinero, montar la empresa y venderla". Pero llegó la quiebra de la sueca *bo.com*, que anticipó el estallido de la burbuja. Y el grifo de la financiación se cerró.

Aun así, decidieron arriesgar. "Una agencia amiga nos desarrolló el portal y accedió a aplazar el pago; trabajamos muchísimo, comimos pasta y arroz durante mucho tiempo (ríe) y tardamos dos años en conseguir ingresos". El proyecto de vender para hacer caja quedó desechado. Y hasta ahora.

Mottard admite que el negocio sufre con la crisis (la organización de eventos ha caído un 20% en el último año), porque el gasto en marketing "es el primero que se corta en momentos difíciles". Pero es optimista de cara al futuro: "La crisis no es una fatalidad, aunque haga las cosas más difíciles", concluye. ★

Mucho más que vino y canapés

El binomio canapé-copa de vino está a la orden del día en las empresas. Es el colofón a las juntas de accionistas, convenciones de ejecutivos, congresos... A veces, estos eventos permiten poner en contacto a los profesionales en un ambiente mucho más distendido que el de un frío despacho. "No son una fiesta para pasarlo bien, son vitales para crear una fuerza de ventas, cohesionar a los equipos y motivar a la plantilla", dice Eric Mottard, director general de Eventoplus.

De hecho, muchas grandes compañías tienen un cargo es-

pecífico para organizarlos: el de director de eventos. Y el dinero que se genera no es baladí: según Mottard, los eventos empresariales (reuniones, congresos, convenciones, actos promocionales...) facturaban en 2008 entre 5.000 y 6.000 millones de euros en España.

Mottard, barcelonés de origen francés, fundó hace diez años su empresa junto a dos socios. Hoy, Eventoplus es el principal grupo español de medios para profesionales del sector de eventos corporativos. Tiene un portal en Internet (su principal fuente de ingresos), una revista (*Eventos magazine*), una web de em-

pleo especializado (eventojobs) y organiza una feria que los próximos días 6 y 7 de julio alcanzará su cuarta edición.

Con sede en Barcelona, el grupo facturó 1,6 millones en 2009 y espera alcanzar este año los 2 millones. Además de en España, opera en Portugal, México y Argentina y tiene una veintena de empleados de muy diversas nacionalidades.

Llegar hasta aquí, crisis mediante, no ha sido fácil, dice Mottard. Los inicios fueron duros. La idea era ofrecer a las empresas organizadoras de eventos (muchas de ellas, pymes: hoteles, empresas de catering y azafatas...) un portal



PÁGINA WEB

El pilar de la empresa es su portal www.eventoplus.com.

CaixaEmpresa

Licitaciones Internacionales
Apoyamos sus proyectos en el extranjero

A todas aquellas empresas que quieren ampliar su negocio presentándose a licitaciones internacionales, "la Caixa" les ayuda en la preparación, gestión y entrega de la documentación, elaboración del proyecto e, incluso, emisión de avales que garanticen la operación.

¿Hablamos?



www.laCaixa.es/empresas