

Índice

Prólogo.	13
Capítulo I.- Introducción.	21
1.1. Interés de la cuestión: cómo lograr un negocio espectacular.	21
1.2. Metodología: técnicas y fuentes de consulta a considerar.	28
Capítulo II.- La Industria de Eventos.	47
2.1. Actores que conforman la industria: empresas, agencias, proveedores.	49
2.2. La industria de eventos en España.	50
Capítulo III.- Concepto y tipología de eventos en el ámbito de la empresa.	59
3.1. Protocolo y eventos.	59
3.1.1. Concepto de protocolo.	61
3.1.2. Concepto de evento.	66
3.2. Los eventos en la empresa. Clasificación y tipología.	72
3.2.1. Antecedentes.	72
3.2.2. Definición de evento de empresa.	74
3.2.3. Clasificación y tipología.	81
3.2.3.1. Eventos celebración: aniversario, conmemoración, fiesta.	95
3.2.3.2. Eventos Formación: conferencia/ congresos/ seminarios/fórum y otro tipo de reuniones.	100
3.2.3.3. Eventos Motivación: Convenciones y/o reuniones.	102
3.2.3.4. Eventos de reconocimiento: entrega de premios o reconocimientos.	107
3.2.3.5. Eventos institucionales: inauguraciones, jornadas puertas abiertas, visitas instalaciones, eventos públicos.	113
3.2.3.6. Eventos societarios. Junta de accionistas.	117

3.2.3.7. Eventos comerciales y de lanzamiento/presentación de producto.	119
3.2.3.8. Eventos promocionales.	122
3.2.3.9. Eventos protocolarios.	129
3.2.3.10. Viaje de incentivo.	130
3.2.3.11. Eventos responsables, solidarios.	132
3.2.3.12. Eventos sostenibles/Green events.	134
3.2.3.13. Eventos culturales.	136
3.2.3.14. Eventos deportivos.	138
3.2.3.15. Eventos de patrocinio.	140
3.2.3.16. Otros eventos.	141
3.2.3.17. Eventos combinados.	146
3.2.4. Actividades y formatos frecuentes en los eventos.	147
3.2.4.1. Actividades teambuilding.	147
3.2.5. El catering en los eventos.	150
Capítulo IV.- Creatividad y Eventos Empresariales.	153
4.1. El concepto de creatividad.	153
4.2. La creatividad y los eventos.	164
4.3. Los eventos creativos.	166
4.4. El proceso creativo de un evento.	173
4.5. El diseño de los eventos. Elementos dinamizadores.	175
Capítulo V.- La Puesta en Escena.	179
5.1. La escenografía. Perspectiva histórica.	179
5.2. La escenografía y los eventos.	183
Capítulo VI.- Las Artes Escénicas y su Relación con los Eventos.	191
6.1. Introducción.	191
6.2. La Fura dels Baus, el Cirque du Soleil y los eventos.	209
6.2.1. La Fura dels Baus.	209
6.2.2. El Cirque du Soleil.	217
6.3. El boom del espectáculo de artes escénicas en los eventos.	220
6.4. Las artes performativas.	222

Capítulo VII.- El retorno en los eventos -ROI- (Return On Investment).	225
7.1. Medición del ROI.	225
Capítulo VIII.- El espacio y los medios técnicos.	229
8.1. El espacio y los medios técnicos.	235
8.2. Espacio físico.	238
8.2.1. Espacios naturales.	239
8.2.2. Espacios en instalaciones fijas.	242
8.2.3. Espacios en instalaciones/construcciones o estructuras efímeras.	243
8.2.4. Espacios temporales. Las tiendas Pop-up.	244
8.2.5. Espacios mixtos.	246
8.3. Ambientes y atmósfera.	246
8.4. Espacio sonoro.	247
Capítulo IX.- El Diseño del Espacio.	249
9.1. El proyecto escénico.	249
9.2. El diseño del espacio y la puesta en escena de los eventos.	249
Capítulo X.- La Puesta en Escena y los Medios Ausiovisuales.	253
10.1. Proyector y pantallas.	258
10.2. Tecnología eyeliner.	258
10.3. Motion capture.	259
10.4. Realidad aumentada.	260
10.5. Vídeo mapping.	260
10.6. Audio y videostreaming.	262
10.7. Realidad virtual.	264
10.8. Filmación y fotografía aérea: drones.	264
10.9. Retransmisiones televisivas y puesta en escena de eventos.	265
10.10. Internet y los eventos de empresa.	266
10.11. Tecnologías participativas.	267
10.12. Las redes sociales y los eventos empresariales.	268