
ÍNDICE

ESTADÍSTICAS GENERALES DE LAS FERIAS ESPAÑOLAS (2006)	Pág.2
LAS INSTITUCIONES AFE RECIBEN 17 MILLONES DE VISITAS	Pág. 3
6º CONGRESO INTERNACIONAL DE LAS FERIAS ESPAÑOLAS	Pág. 5
RESUMEN DE LAS PONENCIAS Y PONENTES DEL CONGRESO	Pág. 8
ENTREVISTA CON ANA CAVADA (directora del Palacio de Exposiciones de Santander)	Pág. 13
ENTREVISTA CON JUAN PUCHALT (presidente de la Comisión Organizadora)	Pág. 16
MIEMBROS DE AFE	Pág. 19

Tabla de Datos Estadísticos Generales 2006

General Statistics Data 2006

Salones celebrados / Events held	2006	2005	Variación / Variation 2003/2004
Número / Number	469	441	+ 6,35 %
Superficie neta (m2) / Net Area	4.967.567	4.219.549	+17,73 %
Expositores/ Exhibitors			
Directos / Direct	76.188	69.251	+10,02 %
Indirectos / Indirect	45.493	52.199	-12,85 %
Total Expositores / Total Exhibitors	121.681	121.450	+ 0,19 %
Visitantes + Pases/ Visitors + Cards			
Visitantes / Visitors	16.689.757	15.479.164	+ 7,82 %

ESTADÍSTICAS FERIALES DE AFE

Evolución de la actividad ferial. 2001-2006 (1)

TRADE FAIR STATISTICS FOR AFE

Evolution of Trade Fair activity. 2001-2006 (1)

Año / Year	Salones y Superficie Trade Fairs and Surface Area		Expositores Exhibitors			Visitantes Visitors
	Nº Salones / No. Fairs	Superficie Neta (m ²) / Net Surface Area (sq.m)	Expositores Directos / Direct Exhibitors	Expositores Indirectos / Indirect Exhibitors	Expositores Totales / Total Exhibitors	Visitantes Totales ⁽²⁾ / Total Visitors
2001	393	3.578.528	61.630	43.896	105.526	14.544.730
2002	419	3.956.532	64.664	49.982	114.646	15.379.986
2003	423	3.823.196	66.866	48.512	115.378	15.017.846
2004	423	4.076.069	68.349	47.916	116.265	15.476.105
2005	441	4.219.549	69.251	52.199	121.450	15.479.164
2006	469	4.967.567	76.188	45.493	121.681	16.689.757

FUENTE: Datos estadísticos de las manifestaciones feriales AFE

1.- Debe tenerse en cuenta que al obtener las cifras totales los datos No Disponibles "N/D" se computan como "0"

2.- Se han contado como Visitantes Totales los Identificados (nacionales y extranjeros), las Entradas de Pago y los Pases

SOURCE: Statistical data of trade fairs AFE

1.- To obtain the total figures, it should be taken into account that the Not Available data "N/D" is counted as "0"

2.- The figures included as Total Visitors all those Identified (national and international), with Paid Entrance Tickets and Cards

ESTADÍSTICAS FERIALES DE AFE -Asociación de Ferias Españolas- 2007 (Evolución de la actividad ferial, 2000-2006)

El sector ferial español sigue creciendo en todos los ratios analizados, especialmente en la superficie neta contratada

Las ferias profesionales se consolidan como una de las herramientas de marketing preferidas por las empresas

Las instituciones AFE reciben cerca de 17 millones de visitas en 2006 e incrementan un 18 % la superficie ocupada

Alrededor de 122.000 empresas participaron en alguna feria española el pasado año

Según datos resumidos de la Auditoría de KPMG realizada para la *Asociación de Ferias Españolas* sobre los recintos y las marcas feriales que forman parte de la **AFE**, el sector ferial español sigue gozando de buena salud, e incrementa de manera sostenida los porcentuales de todos los ratios exigidos según normas **UFI** (*Unión de Ferias Internacionales*). Respecto a 2005 los datos consolidados de 2006 siguen la tónica de los últimos años, si bien se observan algunas variables que denotan mayor volumen de negocio y mejora de la calidad de los certámenes.

En cifras absolutas, se consolida el crecimiento por encima de las cantidades que marcaron un punto de inflexión en 2003/2004, como los casi **5 millones de metros cuadrados ocupados** (4.219.549 m² en 2005), que significa un crecimiento del 17%, o las **16.700.000 visitas** (15.479.164 de visitas en 2005), con un incremento del 8% respecto al ejercicio pasado. En cuanto a expositores se mantiene la cifra absoluta de **121.000 expositores**, si bien una buena parte de los que anteriormente eran indirectos (de participación agrupada o representada) han pasado a ser expositores individuales o directos. En el ranking de cabeceras feriales (salones), España figura en primera posición conjuntamente con Alemania con un total de 469 certámenes **(+6%)**.

Según los baremos de **UFI** (Unión de Ferias Internacionales), el organismo supranacional que califica los certámenes internacionales, España con Alemania, Francia e Italia ocupa las primeras posiciones, asunto remarcable si tenemos en cuenta que el crecimiento español es superior, en los últimos años, al de nuestros pares europeos.

Si resumimos el crecimiento experimentado en los últimos diez años, tanto en el número de salones, como de visitantes o metros cuadrados, al margen de otros datos cualitativos, como la importancia internacional de nuestras cabeceras feriales, el incremento de visitantes internacionales etc., podría parecer que hemos tocado techo. Sin embargo, distintos factores avalan la buena salud del panorama ferial español, y un margen de crecimiento que, si bien debiera ser menor al obtenido en esta etapa, vendrá dado por la mejora de la calidad de nuestra

oferta y la mayor internacionalidad, así como por la llegada de grandes cabeceras multinacionales de especialidad que eligen España no sólo por el dinamismo económico y comercial, sino por la calidad y diversidad de los recintos y de los servicios ofrecidos.

Entre los nuevos instrumentos del marketing moderno

Estos datos vienen a demostrar que las Ferias y salones especializados crecen en número, en presencia y en aceptación tanto de visitantes profesionales como del sector público. Durante 2005, dos de cada tres empresas españolas ya fueron expositoras de alguna feria celebrada en el país. Además, el porcentaje de empresas visitantes a los recintos que forman parte de **AFE** aumentó hasta alcanzar el 93%. Para llegar a este punto de alta participación y aceptación, los gestores de recintos feriales han marcado un claro enfoque de comunicación y captación de expositores de una forma más contundente que en el pasado, diversificando y optimizando la mejor oferta de servicios generales. Además, el concepto ferial para las empresas se posiciona en un lugar clave a la hora de diseñar las estrategias de marketing, sobre todo en un momento en el que las nuevas técnicas de marketing atienden a universos más pequeños pero de incidencia directa y personal (anuncios de proximidad, técnicas de móvil, apelación a los sentidos, creación de pequeñas comunidades de socios o simpatizantes, creciente importancia de la PLV...)

Los recintos feriales, generadores de riqueza

El sector ferial ha crecido significativamente en las últimas décadas hasta generar, según fuentes de la Comisión Europea, un volumen de negocio en torno a los *25.000 millones de Euros* anuales, *100.000 empleos directos* y cerca de *500.000 empleos indirectos*.

Por otro lado, la participación en ferias ha resultado un instrumento muy útil y accesible para las *PYMES*, que *representan el 94% de las empresas de nuestro país*. A su vez, las entidades públicas han descubierto las ventajas económicas que implican las Ferias para las ciudades que las albergan.

Hoy forman parte de la Asociación de Ferias Españolas, AFE, 47 instituciones, la mayor parte organismos mixtos, así como los principales operadores privados y 5 agrupaciones de servicios feriales en calidad de colaboradores.

En el Palacio de Exposiciones de Santander, el 14 y 15 de junio de 2007

El VI Congreso Internacional de Ferias Españolas analizará las nuevas tendencias y la competitividad del sector

La actualidad del mercado ferial, la evolución de las marcas y los recintos y el diseño de las futuras ferias completan uno de los proyectos congresuales más ambiciosos en la historia de la AFE

El próximo jueves 14 de junio se inaugura, en el Palacio de Exposiciones de Santander, el 6º Congreso Internacional de Ferias Españolas –organizado por la AFE en colaboración con el Palacio de Exposiciones de Santander-, que en esta ocasión girará en torno al lema **“Por unas ferias más competitivas”**. Los conceptos relacionados con la innovación en la oferta y demanda ferial, la gestión de las organizaciones feriales en el futuro próximo, qué exige la empresa moderna de las marcas feriales y, en definitiva, la aproximación a un retrato del nuevo panorama ferial internacional, son las claves que conforman el diseño del VI Congreso, el más ambicioso de cuantos se han celebrado hasta el momento.

Una comisión coordinada por Juan Puchalt (adjunto a la dirección general de Feria de Valencia), de la Junta Directiva de la Asociación de Ferias Españolas, se encargó de elaborar el programa de un Congreso que pretende reunir no sólo a los organizadores feriales, recintos, proveedores y sectores afines, sino también a las administraciones y empresas usuarias de una herramienta básica del marketing moderno.

Una mirada angular al sector ferial

La intención de la AFE en la conceptualización del 6º Congreso se centra en la presentación del panorama internacional de ferias, el valor de las marcas y el análisis de los formatos feriales que están definiendo un cambio en el sector, con la introducción de nuevos parámetros de valoración de los proyectos, que implican nuevas exigencias y nuevos públicos. También, la fuerte penetración de regiones emergentes (como la zona asiática) puede suponer un reajuste del actual mapa ferial.

En la visión más próxima, se dedicará una especial atención al análisis del perfil de las ferias españolas, con la presentación de un estudio inédito que en este momento está en fase de realización práctica. Así, el jueves 14 de junio por la tarde, tras la inauguración del VI Congreso Internacional de Ferias Españolas a cargo del presidente de la AFE **Javier Galiana**, el economista **Juan Velarde**, consejero del Tribunal de Cuentas, se encargará de abrir la agenda de conferencias con la ponencia *Situación económica de España*.

Su posible implicación en las ferias comerciales. A continuación, los asistentes al congreso podrán escuchar las reflexiones de **Jochen Siegemund**, profesor de la Facultad de Arquitectura de Colonia, sobre la *Arquitectura de los nuevos recintos feriales y sus tendencias*. La primera jornada concluirá con la conferencia *Ser un profesional competitivo y feliz* a cargo de **Enrique Rojas**, catedrático de psiquiatría.

El congreso iniciará la mañana del viernes 15 de junio con la intervención del chief financial officer de ExCel London **Phil Downson**, que ofrecerá la conferencia *La gestión competitiva de una organización ferial. El caso ExCel*. A continuación, **Paul Woodward**, director de la UFI para Asia (Hong Kong), hablará sobre *El fenómeno del mercado ferial asiático*, centrándose en la situación, las amenazas y las oportunidades que éste ofrece. Tras una pausa para el café, será el turno de **Andreas Hitzler**, director de Meplan GmbH (Munich), con la ponencia *Diseño y construcción de stands. Qué demandan los expositores en la actualidad*, y de **Miquel Flamarich**, socio director de BCF Consultors, que presentará *El perfil de las ferias españolas*, un estudio sobre los certámenes feriales celebrados en 2006. Acto seguido, está programada la mesa redonda *¿Qué tipos de ferias y de servicios precisarán los expositores y visitantes en los próximos años? ¿Estamos preparados?*, en la que participarán **representantes de los recintos y de los operadores así como de los servicios feriales**.

Por la tarde, tendrá lugar la conferencia *Donde celebrar una feria, un congreso u otro evento*, a cargo de **Ignacio Rodríguez del Bosque**, catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Cantabria. Acto seguido, **Marina Marinas**, socióloga y profesora de la Universidad Complutense de Madrid, charlará sobre la *Imagen de marca de las ferias y de los recintos feriales*. Finalmente, antes de las conclusiones y la clausura del VI Congreso Internacional de las Ferias Españolas, tendrá lugar la conferencia *Problemática y preparativos de la Expo Zaragoza 2008*, impartida por **José Luis Murillo**, director de Recursos y Medios de Expo Zaragoza 2008.

Toda la documentación del Congreso en la web de AFE

Tras finalizar el 6º Congreso de la Asociación de Ferias Españolas, se podrá consultar en el website de la Asociación (www.afe.es) toda la documentación generada por el evento. Se publicarán los resúmenes del total de las ponencias, así como fotografías de los conferenciantes y de los actos oficiales.

La web de AFE es también la plataforma de difusión del newsletter creado para informar sobre el VI Congreso, que reúne a más de 150 profesionales del sector ferial en Santander los días 14 y 15 de junio.

Palacio de Exposiciones de Santander

El Gobierno de Cantabria y el Ayuntamiento de Santander han ofrecido la más estrecha colaboración con la Asociación de Ferias Españolas para establecer un completo programa alternativo, destacando la visita a la cueva del Soplao en la Sierra de Arnero y una cena de gala en el Palacio de la Magdalena.

Las sesiones se desarrollarán en el Palacio de Exposiciones de Santander, sede de casi cuatrocientas reuniones anuales, gracias al esfuerzo y trabajo conjunto de instituciones y asociaciones que en los últimos tiempos han promocionado nacional e internacionalmente las numerosas posibilidades que ofrece esta ciudad durante todos los meses del año. El Palacio, de 6.400 metros cuadrados, construido en el año 2002, está equipado con la más moderna tecnología y requerimientos para conferencias, ferias y exposiciones de toda índole.

Ponencias del VI Congreso Internacional de las Ferias Españolas

Juan Velarde, economista/Consejero del Tribunal de Cuentas

Situación económica de España. Su posible implicación en las ferias comerciales

Para entender la delicada situación económica actual es necesario tener en cuenta los datos concretos vinculados al que se debe llamar *Triángulo de Eugenio Domingo Solans*. Por una parte, es necesario comprender el conjunto de los desequilibrios macroeconómicos españoles. Por otra, saber la marcha real de nuestro desarrollo científico-tecnológico, elemento clave para todos los países inmersos en la Revolución Industrial. Finalmente, se deben conocer los datos sobre el equilibrio social. Sin esta base, todo posible desarrollo económico es imposible.

Juan Velarde nació en Asturias el año 1927 y se doctoró en Ciencias Económicas con Premio Extraordinario en 1956. Actualmente es profesor emérito de la Universidad San Pablo-CEU y académico de número de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas, así como presidente de la Real Sociedad Geográfica. Ha sido nombrado Doctor Honoris Causa por las Universidades de Oviedo, Sevilla, la Pontificia de Comillas, Alicante, Valladolid y la Nacional de Educación a Distancia (UNED). Además, Velarde ha sido galardonado con la Medalla de Honor de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, con el Premio Príncipe de Asturias de Ciencias Sociales (1992), el Premio Rey Jaime I de Economía (1996), el Premio de Infanta Cristina de Economía de Castilla y León (1997), el Premio de Economía Rey Juan Carlos (2002) y el Premio Campomanes (2005).

Jochen Siegemund, profesor arquitecto (Colonia)

Arquitectura de las ferias como instrumento de marketing

Las demandas y expectativas pronunciadas en las presentaciones de marca y producto, han cambiado y se han vuelto más sofisticadas. Tal como los amantes del arte no van ya al museo sólo a ver hileras de objetos expuestos, los clientes esperan hoy más que sólo productos puestos en exhibición. La plataforma del complejo tridimensional no está sólo fundamentada en la eventual feria de muestras, la exposición y el evento arquitectónico, sino también en la arquitectura permanente, el urbanismo y la arquitectura de paisaje de las empresas globales. El total de los logros corporativos y de diseño del recinto de una feria adopta una dimensión urbana y puede definirse como una obra de arte arquitectónica entera o como una síntesis de artes. La arquitectura corporativa del recinto de la feria se ha vuelto un instrumento de dirección estratégico

de los valores de marca, el estilo de vida y las ferias, además de ser una herramienta para el desarrollo arquitectónica y urbano.

Jochen Siegemund es profesor ingeniero diplomado, arquitecto y urbanista. Encabeza una oficina interdisciplinar de arquitectura corporativa, escenografía corporativa, ciudadanía corporativa, además del centro de investigación y desarrollo *Corporate Architecture*. Su labor comprende trabajos prácticos, de consulta e investigación y de desarrollo. Nacido en 1959, estudió arquitectura y desarrollo urbano en la Universidad de Ciencias Aplicadas de Stuttgart, en la Universidad de Stuttgart y en la Escuela de Arquitectura de Leicester. En 1989, fundó la SAS (*a Siegemund Architekten Stadtplaner*), una oficina para arquitectura corporativa, la arquitectura, el urbanismo, y para las ferias y exposiciones. En 1995, Siegemund entró a formar parte del profesorado de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Colonia. Actualmente, es el director del Instituto de Diseño Arquitectónico.

Enrique Rojas, catedrático de Psiquiatría

Cómo ser un profesional competitivo y feliz

Enrique Rojas planteará a los asistentes el tema de *la búsqueda profesional de la competitividad desde el ángulo de la felicidad*. Ésta consiste en la administración inteligente del deseo; es decir, dentro de ella se debe compartir un proyecto de vida coherente y realista con ir consiguiendo una personalidad madura gracias a una buena proporción entre sentimientos y razones. Rojas llama profesional competitivo a aquel que conoce su oficio y es capaz de hacerlo con destreza y mejorando gradualmente en sus distintos ámbitos. El amor por el trabajo bien hecho es ir alcanzando una mejora progresiva en la actividad profesional, dando lo mejor de uno mismo sin olvidar la seriedad, responsabilidad, el conocimiento del tema y el servicio.

Enrique Rojas nació en 1949 y es catedrático de psiquiatría y director del Instituto Español de Investigaciones Psiquiátricas. Además, es autor de varios libros de ensayo y de numerosos artículos periodísticos. Éstos abordan temas puntuales relacionados con la psiquiatría que se analizan desde un punto de vista de la trascendencia del ser humano. Su obra ha sido traducida al francés, italiano, ruso, portugués, polaco, alemán, turco e inglés. Perteneciente a la generación de médicos humanistas, basa su pensamiento en la búsqueda de la felicidad. Para el psiquiatra, una vida lograda exige afrontar adecuadamente algunos problemas como el hedonismo, la permisividad, el nihilismo o el relativismo.

Phil Dowson, director financiero de ExCel London

La gestión competitiva de una organización ferial. El caso ExCel

Phil Dowson, director financiero del centro internacional de exposiciones y congresos ExCel London, mostrará de manera práctica *como lograr una gestión competitiva en los recintos feriales*. Partiendo del ejemplo basado en el centro internacional inaugurado en 2000, que desde entonces ha acogido más de 1.200 eventos, se explicarán los valores añadidos que comporta una buena gestión. Así, para lograr una exitosa organización ferial no se puede olvidar tratar de manera seria y competitiva su propia gestión.

Phil Dowson

Phil Dowson es ingeniero civil y censor jurado. Ha ocupado altos cargos en la empresa británica sobre seguros y salud BUPA y en la multinacional Motorola antes de involucrarse en la transformación de negocios y puestos de M&A dentro de los sectores de la Electrónica Marina y la Tecnología. Entró en ExCeL London en febrero de 2005 y, desde entonces, supervisa el rentable y continuo crecimiento del negocio. Dowson es una pieza clave en el desarrollo de la estrategia de propiedad de ExCeL London.

Paul Woodward, director de la UFI para Asia/Pacífico

El fenómeno del mercado ferial asiático. Situación, amenazas y oportunidades

Los asistentes serán testigos de la presentación de los resultados de la última investigación sobre la industria de las ferias de muestras en el territorio asiático, elaborado conjuntamente por la Asociación Internacional UFI y por la firma de consultoría Business Strategies Group. Con más de 20 años de experiencia en esta zona de Asia/Pacífico, **Paul Woodward** mostrará a los asistentes las *diferentes estrategias y las características propias gracias a las cuales los mercados asiáticos como China, India y Japón*, representan hoy en día nuevas oportunidades para ellos. Además, Woodward debatirá sobre las posibilidades con las que cuentan los negocios en España que pueden verse afectados por el desarrollo del lejano Este.

Paul Woodward es el fundador y director de Business Strategies Group Limited (www.bsgasia.com), una firma de consultoría de información y estrategia de negocio especializada en el sector ferial, las reuniones de negocio y en el B2B media. Como consultor privado, Woodward dirige la oficina de la UFI de Asia/Pacífico, la Unión de Ferias Internacionales (www.ufi.org). Está involucrado en el desarrollo de medios de negocio en la región de Asia/Pacífico desde 1985, aunque su base de trabajo se ubica en Hong Kong. Ha llevado a cabo 400 proyectos de consultoría de información y estrategia de negocios en las

últimas dos décadas, de los cuales muchos se han centrado en las ferias y exposiciones, los *business media*, y varios temas relacionados con el sector del negocio. Antes de la fundación de la consultoría BSG, en el año 2000, fue Director General de Asian Strategies Ltd., la división de consultoría de investigación y estrategia de Miller Freeman Asia y director de Miller Freeman Asia, ahora CMP Asia, la mayor organización privada de ferias en la “gran” China y en el sureste asiático. Allí, Paul Woodward fue responsable del desarrollo de la estrategia regional y las comunicaciones corporativas de la región Asia/Pacífico.

Marina Marinas, socióloga y profesora de la Universidad Complutense de Madrid

Más que proveedores de servicios: la imagen de los recintos feriales en la nueva era de las marcas

Actualmente, la imagen de marca es uno de los motivos que determinan la participación de expositores y visitantes profesionales en las ferias. La proliferación creciente del número de recintos y salones provoca cierta saturación y acaba empujando a los organizadores feriales a reinventar los criterios sobre los que tradicionalmente han definido sus estrategias. En la era de las marcas, la dotación de servicios que los entes feriales están en disposición de ofrecer ya no basta para erigir una imagen de calidad, y menos aún, para garantizar el éxito.

Marina Marinas, nacida en Madrid en 1967, es Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y Doctora en Ciencias Políticas y Sociología por el mismo centro. Su trayectoria profesional se ha basado, básicamente, en el profesorado universitario colaborando con el departamento de Sociología de la Universidad Complutense. Asimismo, ha impartido varios cursos y seminarios desde el año 1991 sobre sociología, derecho y comunicación. También ha publicado en diferentes medios de comunicación textos sobre tribus urbanas o tendencias de la sociedad actual.

Andreas Hitzler, director de Meplan GMBH (Munich)

Diseño y construcción de stands. Qué demandan los expositores en la actualidad

La construcción de stands es un aspecto importante para toda la exposición. La preparación consume a menudo mucho tiempo –pero esto no conduce automáticamente al éxito de la exposición. Hoy en día es decisivo ofrecer una solución completa de servicio tanto para clientes de stands modulares como de diseño. Se buscan procesos ordenados sin problemas, orientando la compra de conceptos y la visión general en

tiempo real. Pero hay incluso una demanda más: la preparación de soluciones de comunicación y la puesta en práctica en la presentación de exposiciones de ferias de comercio –esto ayuda a alcanzar el principal objetivo: ¡el éxito de la exposición!

Andreas Hitzler, nacido en Munich en 1968, es Director General de Meplan GmbH desde el año 2000. Después de estudiar con éxito ingeniería mecánica, ganó experiencia y conocimientos en ventas dentro de la industria de servicios trabajando como Director de Cuentas para VUD y Director de Ventas dentro de Iomega Cooperation en Ginebra. Cuando Meplan fue comprada por Feria de Munich en 2002, Andreas Hitzler había construido ya la infraestructura para un rápido crecimiento. De un antiguo equipo de ocho líneas empresariales centradas principalmente en los stands de sistemas, Hitzler dirige a Meplan hacia una compañía de arquitectura ferial internacional con 40 empleados muy profesionales, los cuales cubren todos los campos –desde el esqueleto de la idea hasta la construcción individual de stands y los servicios de consulta para una feria de participación exitosa.

Ignacio Rodríguez del Bosque, catedrático de Comercializaciones e Investigación de Mercados de la Universidad de Cantabria

Dónde celebrar una feria, un congreso u otro evento

Los presentes en la conferencia del catedrático de comercialización e investigación de Mercados, **Ignacio Rodríguez**, se aproximarán conceptualmente y cuantitativamente al sector del turismo de negocios. Así, asistirán a la caracterización del turismo de reuniones debatiendo tanto sobre su oferta como sobre su demanda. Ignacio Rodríguez repasará las diferentes etapas de decisión y aquellos factores considerados claves en la elección final del destino de estos eventos y reuniones de negocio. Por ello, se concluirá con un discurso sobre la actuación competitiva de los Palacios de Congresos de nuestro país.

Nacido en Oviedo, **Ignacio Rodríguez del Bosque** es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales y doctor cum laude en Dirección y Administración de Empresas; además, desde 1997, ocupa un puesto como catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universidad de Cantabria. Es autor de 16 libros y de más de 50 artículos publicados en revistas especializadas nacionales e internacionales. Colabora habitualmente en revistas científicas como Tourism Management, Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa o la Revista Europea de Economía y Administración de Empresas. También lidera el grupo de investigación y docencia de Comercialización e Investigación de Mercados a través de la dirección de proyectos de investigación competitivos, europeos y nacionales donde participan grandes empresas de renombre. Rodríguez del Bosque complementa su actividad académica con la Dirección General de la Fundación Campus Comillas.

Miquel Flamarich, socio director de BCF Consultors*El perfil de las ferias españolas (presentación del Estudio relativo a los certámenes feriales de 2006)*

Los participantes en esta charla asistirán a la primera presentación del estudio realizado por parte de BCF Consultors de la *actividad ferial en España*, basada en la oferta y en la demanda. Dicho informe está elaborado desde la perspectiva turística que se genera en estos eventos y reuniones. Los datos que se presentaran sobre el volumen de negocio y sus características son aquellos referentes al año 2006.

Miquel Flamarich es Socio Director de BCF Consultors además de ser Profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona y colaborar con diferentes centros universitarios. Ha realizado más de dos centenares de estudios sobre economía aplicada para administraciones públicas y empresas privadas. En el ámbito del turismo de negocios, dirige, entre otros, los estudios que realizan el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo; Spain Convention Bureau; Turismo de Catalunya; Turismo de Barcelona; Madrid Convention Bureau o Gijón Convention Bureau. También es asesor de diferentes organizaciones como cámaras de comercio, ayuntamientos, empresas y ONG.

José Luis Murillo, director de Recursos y Medios de Expo Zaragoza 2008*Problemática y preparativos de Expo Zaragoza 2008*

Como Director General del departamento de Recursos y Medios, Murillo hará un repaso de la gestión de la Exposición Internacional de Zaragoza de 2008. En esta ponencia *repasa el funcionamiento de su organización y se conocerán las principales inversiones del proyecto*. De la misma manera, se presentará un breve resumen de la expografía y los espectáculos que tendrán lugar en la cita internacional. A un año vista de la inauguración de la Expo Zaragoza 2008, José Luis Murillo expondrá el estado actual del proyecto. Finalmente, no se podrá olvidar el post-exposición, mirando hacia nuevas expectativas y nuevos actos.

José Luis Murillo, Director General de Recursos y Medios de Expo Zaragoza 2008, nació en 1967. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid, ha ampliado sus conocimientos con diversos cursos sobre auditoría y fiscalidad, remuneraciones y planes de pensiones y consolidación, fusión y conversión de Estados Financieros. Además, ha realizado cursos sobre negociaciones eficaces y presentaciones en público. Durante tres años fue el Gerente Corporativo de Finanzas del Grupo Aguas; ocupó el cargo de Director Administrativo, Financiero y de Personal de Aquagest, del Grupo Agbar; Jefe de Equipo de auditoría del Sector Energía y Telecomunicaciones de la compañía Arthur Andersen; y, finalmente, fue Responsable del área de Marketing en la empresa Consulting Gestor.

ENTREVISTAS

Ana Cavada, directora del Palacio de Exposiciones de Santander

“Es un gran orgullo que los responsables de la organización del 90% de las ferias profesionales hayan escogido Santander como sede para el Congreso”

Ana Cavada, directora del Palacio de Exposiciones de Santander desde su creación en 2002, ha trabajado en el Ayuntamiento de la capital cántabra desde 1974 donde ha ocupado distintos puestos de responsabilidad relacionados con el sector turístico municipal. Nacida en Santander, disfruta de su tiempo libre montando a caballo, esquiando, navegando y leyendo una buena poesía o un buen libro.

¿Qué supone que Santander acoja el VI Congreso de AFE?

Que los responsables de la organización del 90 % de las ferias especializadas de nuestro país, hayan escogido Santander como sede para el congreso supone un gran orgullo. Es una oportunidad excepcional para poder transmitirles nuestras inquietudes y objetivos futuros así como para aprender de sus conocimientos y aplicarlos a favor del mejor funcionamiento de nuestro palacio.

¿Cuál es la evolución del Palacio de Exposiciones y Congresos de Santander desde su inauguración?

En estos 5 años, se ha aumentado la actividad y el número de visitantes considerablemente año tras año. En 2003 albergamos 60 eventos y nos visitaron 164.930 personas, aumentando los años 2004 y 2005 un 21% y un 20% respectivamente el número de actos. El año 2006 se superó por primera vez el centenar de eventos. El aumento de visitantes ha sido también significativo, un 20% del 2003 al 2004, un 40% del 2004 al 2005; y un 25% del 2005 al 2006, llegando a los 347.404 visitantes.

¿Las ferias españolas y sus recintos gozan de buena salud actualmente?

A mi juicio su salud es óptima. El número de recintos feriales y su actividad avalan que este sector atraviesa uno de sus mejores momentos. Nuestro país se encuentra posicionado en un puesto preferente y disfruta de una gran calidad de infraestructuras, por lo que no es de extrañar que en los últimos años se haya experimentado un desarrollo del aumento de la oferta.

¿Cuál es la feria española que más le llama la atención?

La Feria Internacional de Informática Multimedia y Comunicaciones, SIMO. Este evento se ha consolidado como una de las citas tecnológicas en el ámbito nacional e internacional. Opino que consigue alcanzar dos objetivos, primero ofrecer las últimas novedades de un sector clave para el desarrollo empresarial y, además, mostrar cuestiones de muchísimo interés para la población en general.

¿Con qué feria le gustaría contar en el recinto santanderino?

Ya que Santander es una ciudad de 200.000 habitantes y nuestro recinto ferial está acorde con su tamaño no podemos pensar en ferias de gran envergadura, por lo que optaría por elegir un contenido muy atractivo o de utilidad social. Como feria impactante y llamativa elijo FLORALIA, un derroche de color, aromas y belleza. Si me planteara el objetivo social me gustaría que el Palacio de Exposiciones de Santander albergara una gran feria de relaciones internacionales en la que se plantearan y discutieran problemas como la pobreza y la inmigración.

¿Siguen habiendo oportunidades para nuevas ideas y nuevas ferias en España?

Indudablemente. La creación de nuevas ideas es ilimitada. Hay sectores como el gastronómico que ha crecido de forma desmedida durante los últimos años y que ha generado novedosas iniciativas para un público heterogéneo. Los procesos de especialización no se detienen por lo que continuarán ofreciendo nuevas oportunidades de mercado.

¿Cuál es la utilidad real de una feria para sus expositores y sus visitantes?

Las ferias son una excelente herramienta de marketing para contactar con clientes, resolver dudas, hacer demostraciones, negociar e incluso firmar contratos. Para los expositores, suponen un espacio dinámico que permite renovar cada año sus contenidos así como presentar sus nuevas propuestas y servicios. Para los visitantes permite ampliar conocimientos, descubrir y probar nuevos productos e incluso participar de forma activa de todo aquello que los expositores ponen a su alcance.

¿Cuáles son los atractivos de la ciudad de Santander para la celebración de ferias y congresos?

No hace falta describir los atractivos naturales, turísticos y culturales de la ciudad de Santander para la celebración de ferias y congresos pero sí me gustaría destacar que, así como la ciudad aporta al Palacio características fundamentales para el desarrollo de sus objetivos, de forma recíproca, el Palacio proporciona a Santander una actividad que potencia un turismo de élite y de calidad, que genera un foro casi ininterrumpido a lo largo del año de cultura, innovación y actos diversos.

Juan Puchalt, presidente de la comisión organizadora del VI Congreso de AFE

“Lo más importante de este congreso es el perfil de los asistentes, que en su mayor parte son directivos, profesionales y técnicos con alto poder de decisión”

Juan Puchalt, Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Valencia, preside la comisión organizadora del VI Congreso Internacional de la AFE. Adjunto a la Dirección General de Feria Valencia, ha representado a este recinto en diferentes asociaciones: AFE, como miembro de la Junta Directiva, UFI, como actual Vicepresidente, EMECA y Asociación de Ferias del Mediterráneo. Actualmente, es también Director de Marketing e I+D de Feria Valencia. Ha dirigido su Gabinete de Dirección General desde 1986, al año de incorporarse a la entidad. También es miembro de la Comisión de Turismo de la Cámara de Comercio de Valencia. Responsable de las memorias editadas por Feria Valencia desde 1985, ha escrito diferentes artículos en revistas técnicas y ha participado como ponente y asistente en numerosos congresos y seminarios nacionales e internacionales relacionados con el sector ferial en las dos últimas décadas.

¿Cuál es el objetivo primordial del VI Congreso de la AFE?

Debatir temas de interés y de preocupación comunes, cuyo coloquio debe establecerse a partir de las ponencias y, como es habitual en este tipo de encuentros, intercambiar experiencias, lo que se conoce como *matchmaking*, o posibles acuerdos comerciales, en especial durante los descansos, almuerzos y actos sociales.

¿Por qué se decidió enfocar este sexto congreso de la Asociación de Ferias Españolas bajo el lema Por unas ferias más competitivas?

Yo creo que siempre es mejor contar con un título central que resuma la finalidad principal del evento. Propuse ese lema por considerar que la competitividad es un término que contiene numerosos matices positivos: calidad, organización, planificación, profesionalidad, etc. y especialmente porque considero que un congreso debe enriquecer a los asistentes aportando ideas y soluciones que ayuden a mejorar las organizaciones, en definitiva que ayuden a que sean cada vez más competitivas.

¿Qué novedades presenta este congreso respecto a los celebrados anteriormente por la AFE?

Aparte del lugar de celebración, desde mi punto de vista, el congreso cuenta con un programa más ambicioso y con mayor participación internacional. Por supuesto siempre se han elaborado los programas y se han elegido a los ponentes con interés pero, en esta ocasión, ha habido mayor esfuerzo si cabe y no se ha escatimado a la hora de solicitar la presencia de profesionales de prestigio, incluso de otros países europeos y de Asia, para que transmitan sus conocimientos y ofrezcan más puntos de vista.

¿Cuáles son las expectativas en cuanto a participación?

Dado que no se trata de un sector compuesto por gran número de empresas, los congresos tampoco suelen ser muy numerosos. Se considera satisfactorio, numéricamente hablando, cuando se supera el centenar de congresistas como estoy seguro que ocurrirá en esta ocasión, aunque es más importante si cabe el perfil de los asistentes, que en su mayor parte son directivos, profesionales y técnicos con alto poder de decisión.

¿Cómo se han seleccionado a los ponentes que forman parte del programa de conferencias?

El Presidente de la AFE, Javier Galiana, me solicitó que me encargara de elaborar el programa científico. Con la experiencia de los congresos previos, tanto de la AFE como de otras asociaciones internacionales y teniendo en cuenta lo que podía ser de interés para los asistentes, elaboré una propuesta inicial de temas y posibles ponentes nacionales e internacionales que se sometió a la consideración de los miembros de la Junta Directiva de la Asociación de Ferias Españolas. Con sus aportaciones y sugerencias, y con la ayuda de la Secretaría General y del responsable de comunicación, comenzaron los contactos con los diferentes ponentes y la mayor parte aceptaron de inmediato. A partir de ese momento, atendiendo a las diferentes circunstancias, fuimos conformando y perfeccionando el programa y lista de ponentes definitivos.

¿Qué requisitos debe cumplir un recinto para poder albergar un congreso de la Asociación?

Yo diría que prácticamente todos los recintos de los miembros de la AFE con instalaciones para congresos cumplen los requisitos mínimos para un evento de este tipo, es decir un salón de actos o salas de reuniones con capacidad para entre 100 y 200 personas, medios audiovisuales, traducción simultánea, servicio de restauración, y algún servicio complementario más. Mejor cuanto más cómodo, bien dotado y bien comunicado. La capacidad hotelera de calidad y el entorno también son importantes, pero yo destacaría el saber hacer de los anfitriones y creo que el nivel de profesionalidad en España es muy alto y especialmente la voluntad por hacer las cosas bien y por dejar buena sensación entre los asistentes.

El Congreso que se celebrará en Santander ¿es una buena excusa para internacionalizar las ferias españolas?

No creo que a partir de un congreso se pueda pensar en internacionalizar un sector, sin embargo, yo creo que veremos algunas ponencias que nos mostrarán lo que está ocurriendo en el exterior, las consecuencias de la globalización, el crecimiento asiático, etc., que hará pensar a más de uno si debemos mantenernos como estamos o debemos apostar más por el mercado internacional. Algunas de las ferias españolas, como es el caso de Feria Valencia, ya estamos inmersos en la actividad internacional desde hace décadas, pero es indudable que a otros puede animarles a dar el salto a otros mercados.

¿Qué valores fomenta la celebración de un acto de estas características?

Este tipo de congresos ayudan a favorecer las relaciones comerciales, personales y profesionales y yo creo que se formalizará algún acuerdo que derive en negocios concretos. Por otra parte, se fortalece el concepto o sentimiento de sector con una problemática y características específicas.

¿Qué supone para la AFE la celebración de sus congresos?

El congreso es una actividad importante que la Asociación de Ferias Españolas pone a disposición de sus miembros. Es el evento más multitudinario de los que organiza la misma, en el que se facilita el encuentro de empresas vinculadas a la industria ferial y congresual, y en el que muchos directivos aprovechan para ponerse al día. Como evento formativo, podría considerarse uno de los servicios que sus miembros más demandan de la asociación y que la misma suministra para satisfacer dicha demanda.

MIEMBROS DE AFE

Cámara Oficial de Comercio Industrial y de Navegación de Almería

Palacio de Exposiciones y Congresos de Aguadulce

IFAB/ Institución Ferial de Albacete

FERMASA/ Feria de Muestras de Armilla

Institución Ferial de Barbastro

Fira de Barcelona

Reed Exhibitions Iberia

S.T.S. Produccions

Bilbao Exhibition Centre

PIP/ Promoción de Intereses Provinciales de Ciudad Real

IFECO/ Institución Ferial de Córdoba

Fira de Cornellà

IFA/ Institución Ferial Alicantina

FIMO/ Consorcio Pro-Ferias y Exposiciones

Cámara Oficial de Comercio de Gijón

Feria Internacional de Muestras de Asturias

Fira de Girona

Ferias Jaén

INFECAR/ Institución Ferial de Canarias

Pazo de Feiras e Congresos de Lugo

Fira de Lleida

Emporio Ferial

Madrid Espacios y Congresos

Recinto Ferial Casa de Campo

Expotecnic

IFEMA

Fundación Actilibre

G.P. Grupo Planner

Grupo Interazar de Inversiones

Prougourmet

SEBIME

Palacio de Ferias y Congresos de Málaga
Fira de Mollerusa
Expourense
Fires i Congressos de Balears
Fira de Reus
IFESA/Institución Ferial de Salamanca
Institución Ferial de Tenerife
Palacio de Exposiciones y Congresos de Santander
FIBES/ Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla
Feira Internacional de Galicia/ Fundación Semana Verde de Galicia
Fundación Talavera Ferial
Institución Ferial Ciudad de Teruel
IFEPA/ Institución Ferial Villa de Torre Pacheco
Feria Valencia
Institución Ferial de Castilla y León/ Feria de Valladolid
IFEVI/ Institución Feiral de Vigo
Planner & Proceltha
Fundación Fexdega
Feria de Zaragoza

Miembros Adheridos

Corroios (Portugal)

Miembros Colaboradores

Grup Servis
Pro-System
LRQA
AIMFE
Grupo Marva