

"Ifema no hace experimentos, cuando una feria entra en su calendario lo hace para quedarse"

Realizado por jlhenriquez el Mar, 09/03/2010 - 08:50



Expomatec se acaba de presentar recientemente en sociedad como gran feria-exposición para el sector de las infraestructuras, maquinaria de obra pública y minería. Hablamos de este ambicioso proyecto con Santiago Quiroga, Director de Expomatec, que cuenta con una amplia experiencia al frente de importantes ferias y certámenes en Ifema.

Por **Lucas Varas**

¿Qué es Expomatec?

Expomatec es un evento del sector de infraestructuras, maquinaria de obra civil y minería. Cuando decimos evento queremos recalcar que es una acción más marcada por sus objetivos que por cómo conseguirlos. No estamos hablando tanto de una feria, de unas jornadas, aunque hablamos de las dos cosas sin duda, sino de un encuentro comercial, un encuentro de difusión de conocimiento, un encuentro de contacto y de puesta en común. A mí me gustaría que Expomatec se definiese más por sus objetivos que por lo que ofrece directamente.

¿Cuáles son esos objetivos?

Fundamentalmente se centran en tres. Por un lado, un evento donde oferta, demanda y resto de agentes del sector coinciden. Tiene que ser un foro de conocimiento y de difusión de información. En segundo lugar, y unidos a ese carácter informador, tiene que ser un evento que incida de cara al exterior. Tenemos que conseguir que después de cada Expomatec el sector sea percibido de forma distinta por la sociedad. Por ejemplo, queremos posicionar Expomatec como escaparate en I+D del sector a nivel nacional. Si conseguimos que una vez que termine Expomatec 2011 la percepción que se tenga del carácter innovador de este sector sea distinta habremos alcanzado el objetivo de incidir en su desarrollo. Y por último, está el objetivo comercial, en su máxima amplitud. Las ferias tienen su origen en la compra-venta de productos y servicios. Pero sobre todo tiene que generar negocio. A través de join-ventures, contactos, conocimiento de nuevos productos..., se genere nuevo negocio rentable para todos los participantes.

¿Por qué nace Expomatec?

En la cartera de ferias de Ifema hay una de construcción generalista, Construtec. Construtec hace años opta por una dinámica de crear salones monográficos dentro de una feria generalista. Entendemos que es mucho más efectivo para esos sectores, y así nace el Salón de Prefabricados de

Hormigón, Madera para la Arquitectura... En Construtec 2008 se plantea como un posible salón montar una zona de maquinaria de obra civil y minería. Nuestra sorpresa positiva es cuando se empiezan a contactar a empresas del sector y lo que recibimos es que por qué en vez de hacer un salón monográfico no hacemos una feria de maquinaria de obra civil, infraestructuras y minería.

¿Y por qué cuando ya hay una feria consolidada como es Smopyc?

Lo que justifica que nos pongamos en marcha en un momento determinado es lo que lo hace siempre: que haya un sector o una parte importante de un sector que traslade la necesidad de un evento. Es el propio sector quien demanda la existencia de Expomatec.

¿Cómo se encuentran Grupo TPI e Ifema y qué pueden aportar el uno al otro?

TPI e Ifema se encuentran después de una relación bastante continua en ferias de construcción y de arquitectura. Desde la parte de Ifema aportamos el know how ferial, aparte del recinto, por supuesto. Desde TPI algo que es un lujo para cualquier feria, y es tener a alguien que conozca el sector de arriba a abajo, que tenga contactos y que pueda ser verdaderamente un garante de que la feria se va a hacer de acuerdo a las necesidades de las empresas.

¿Cómo se está estructurando el trabajo para la feria?

Hay un grupo de trabajo de dirección de la feria formado por dos personas de TPI y dos personas de Ifema. Y hemos creado un comité organizador donde se ha buscado que estén representados todos los agentes del sector. De hecho la presidencia se ha estructurado desde el punto de vista de la demanda, compartiéndola la Confederación Nacional de la Construcción y la patronal de las grandes constructoras SEOPAN. Tenemos grandes empresas del sector por medio de las asociaciones. Luego dentro del Comité Organizador se han establecido varios grupos de trabajo en dos líneas. Por un lado grupos sectoriales y luego funcionales.

¿Después de la presentación a la prensa qué pálpito ha percibido del sector?

Muy bueno, fundamentalmente porque lo que se percibió es que se había entendido el mensaje. Y el mensaje es que estamos ante algo distinto que viene a ocupar un puesto que en estos momentos no existe. Y en segundo lugar porque hubo interés por un nuevo proyecto que pudiese aportar nuevas ideas al sector.

¿Qué puede aportar Ifema a una feria de estas características?

Ifema en estos momentos es uno de los principales organizadores feriales europeos, con cerca de 60 ferias profesionales anuales de todos los sectores. A pesar de ser una organización relativamente joven dentro del ámbito ferial, lo que ha demostrado en los últimos años es ser capaz de dar una calidad de servicio, de atención al cliente, trasladar las necesidades que una empresa te traslada al ámbito ferial, convirtiéndonos casi en consultores feriales. Aparte de eso, Ifema es una de las entidades más avanzadas en lo que se refiere a la utilización de nuevas tecnologías, páginas webs de ferias, servicios online... Y tenemos un recinto, el Parque Ferial Juan Carlos I, que está absolutamente dotado, perfectamente ordenado, y con capacidad para asumir y recibir cualquier feria internacional de cualquier nivel.

¿Y Madrid?

Madrid es una ciudad absolutamente acogedora. Pero al margen de tópicos, es una ciudad con unas infraestructuras capaces de acoger cualquier evento internacional de cualquier tamaño: infraestructuras de restauración, hoteleras, y también de ocio. Y al mismo tiempo es un centro de negocio.

Teniendo en cuenta el calendario tan cargado de ferias del sector y la crisis que sufre, ¿dónde tiene su oportunidad Expomatec?

Aquí hay un tema muy importante, y es que debemos devolver el nivel de decisión donde siempre ha debido estar, y es en las empresas. Al final quien determina si un evento o una feria sale adelante, sea cual sea, son las empresas del sector, son los clientes. Y las empresas deben asumir esa responsabilidad, y entender que no es que haya una saturación de eventos, sino que ellos van a decidir cuáles son los eventos que les sirven o no, y cuáles van a sobrevivir. Para que esto se pueda dar, los organizadores de ferias y de eventos debemos ser absolutamente honestos, absolutamente transparentes en la información que demos, así como en cualquier aspecto de competencia que podamos tener.

¿Cómo encara la competencia con otras ferias?

Tal y como venimos haciendo en los últimos 20 años, jamás hacemos un evento en competencia a nadie. La competencia existe per se. Cada vez que se crean varios eventos de un mismo sector, la competencia existe. Ahora bien, nuestra vocación es hacer eventos singulares, únicos y organizados por nosotros. Y cuando hacemos el plan de negocio, cuando marcamos los objetivos, no nos estamos planteando como objetivo terminar con alguien o que alguien pierda para que nosotros ganemos. No es nuestra vocación, y nos gustaría que se asumiese así por parte de toda la competencia, como nosotros hemos asumido a lo largo de los años todos aquellos certámenes que han salido sectorialmente paralelos a ferias que hacemos nosotros.

Se ha hablado de una superficie expositiva de 25.000 m2, lejos de la que ofrecen grandes internacionales como Bauma, Intermat o la propia Smopyc. ¿Cuál es la alternativa de Expomatec a ese gigantismo?

Desde el momento que estamos ante una feria de 200.000 m2, como tiene Smopyc, y plantemos una feria de 25.000, está claro que estamos ofreciendo algo diferente. Primero, hay menos sectores convocados, y segundo, esto no es una hoguera de las vanidades. Lo que no necesitamos son inversiones irre recuperables, inversiones absolutamente millonarias para que al final se genere todo el tráfico, todo el evento dentro de los stands de cada uno de los expositores. Eso es importante, sin duda, pero nosotros tenemos que ser los encargados de generar ese tráfico, de generar ese interés y de generar ese evento alrededor.

¿En base a qué se han realizado las previsiones de 25.000 m2 y 350 expositores?

Intentamos sacar una media de espacio que fuese racional en lo que nosotros creemos que tiene que ser la inversión de una empresa en una feria de estas características. Lo que esperamos es que el espacio sea aquel que se necesite para realizar la labor que la empresa tiene que hacer en la feria, y que además sea un espacio rentabilizado. Lo que no queremos es que la feria suponga una carga brutal dentro del presupuesto de marketing y comunicación de la empresa. De hecho, estamos trabajando en documentos que vamos transmitir a las empresas donde se establecerán unas recomendaciones de cara a animarles a que contraten en la feria aquello que necesitan.

Se ha puesto el énfasis en potenciar el conocimiento gracias a Expomatec. ¿Qué va a distinguir estos foros y seminarios de los que ya hay en otros eventos?

Hay varias cosas que estamos moviendo en estos momentos. Algo que no he visto en otros eventos es la realidad. Es decir, cuáles son los problemas reales de cada uno de los sectores hoy día, cuáles son los aspectos que preocupan a los empresarios y a los profesionales. Por otro lado lo que vamos a intentar es generar debate. Que de aquí salgan tendencias, ideas y nuevas maneras de afrontar el sector y sus problemas. Y hay otra cosa muy importante ligada al planteamiento del gigantismo: no pretendemos hacer un catálogo. No pretendemos tener más jornadas que nadie, un listado más lleno que nadie, con más conferencias que nadie. Lo que queremos es que cada uno de los eventos y de las acciones que se lleven a cabo en la feria tengan su razón de ser, su contenido, y sean interesantes para un colectivo.

¿No temen que pueda repetirse la experiencia de FICOP?

FICOP era un proyecto diferente al que estamos planteando ahora y demasiado similar a lo que ya existía. Efectivamente fue una feria del sector que no funcionó como debería y que no tuvo continuidad, como muchos proyectos feriales en los últimos 20 años. Pero Expomatec es algo totalmente diferente, las personas que estamos detrás del proyecto somos diferentes y la propia organización ferial es diferente.

¿Cuál es el nivel de compromiso para la continuidad de Expomatec?

El compromiso de continuidad es total. Ifema no hace experimentos, cuando una feria entra en su calendario ferial es para quedarse. Expomatec tendrá una periodicidad trienal, con nacimiento en el 2011 y la siguiente edición será en mayo de 2014.

Además, sólo hay que fijarse en los miembros del Comité Organizador de Expomatec para entender que la apuesta y su respaldo es total.

¿Qué nivel de internacionalización se pretende alcanzar con la feria?

La vocación de la feria es ser uno de los referentes internacionales del sector. En sentido puedo

adelantar que en el año 2011 se va a hacer un importante esfuerzo de captación de visitantes extranjeros. Se va a hacer también el esfuerzo en captación de expositores, pero entendemos que una primera edición siempre es más compleja a la hora de que empresas de fuera de nuestro país inviertan en la iniciativa, lo que generalmente hacen en una primera edición es acudir como visitantes. Sin embargo, sí entendemos que para asegurar la línea de negocio que decía al principio es imprescindible el que trabajemos e invirtamos en traer visitantes extranjeros.

¿Qué escenario firma el 22 de mayo del 2011, cuando la primera edición de Expomatec haya cerrado sus puertas?

Siempre esperas que los datos se cumplan, pero lo que me gustaría de verdad es lograr un gran índice de satisfacción de las empresas expositoras y haber trasladado la sensación de que era algo distinto.

tweetmeme_style = 'compact';

[Compartir](#) [1]

Tags:

- [Noticias](#) [2]

URL del envío: <http://expomatec.profesionaleshoy.es/node/11725>

Enlaces:

[1] <http://www.facebook.com/sharer.php>

[2] <http://expomatec.profesionaleshoy.es/taxonomy/term/7764>