

# CONEXO

Periódico para la Organización de Congresos, Convenciones e Incentivos

Presidente: Eugenio de Quesada  
Consejero-Delegado: Carlos Ortiz

DIRECTOR  
Eugenio de Quesada

DIRECTOR ADJUNTO: Carlos Ortiz  
DIRECTOR CONSEJO ASESOR: Claudio Meffert  
COORDINADOR EDITORIAL: Eduardo Santamaría

REDACTORES Y COLABORADORES: Daniel Gallego Alías, Miguel Praga Libano, Verónica Olivera, Bárbara Ferrer, Andrea Bulla, Cristina Sanabria, César Vidal, Josep Marqués, Ignacio Samper y Quique

## CONSEJO ASESOR

DIRECTOR: Claudio Meffert. MIEMBROS: Julio C. Abreu Staud, Annemarie Eichler, Enrique Hernáez, Carlos Ortiz Rodrigo, Jesús Martínez Millán y Claudio Meffert

NEXO  
editores s.a.

## REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

✉ Lope de Vega, 13. 28014 Madrid / Apartado de Correos 10119. Madrid / ☎ 91 369 41 00 (20 líneas) / Fax: 91 369 18 39 / E-mail: redaccion@conexo.net

DIRECTOR FINANCIERO: Javier Pascual Coruña / DIRECTOR JURIDICO: Santiago Moratalla  
DIRECTOR DE INFORMATICA: José Manuel Dávila / DIRECTORA DE PERSONAL: Pilar la Hoz  
DEPARTAMENTOS / JEFE DE ADMINISTRACIÓN: M<sup>a</sup> Antonia Martín / JEFE DE CONTABILIDAD: Paloma López  
DEPARTAMENTO CENTRAL DE PUBLICIDAD: Madrid: Mercedes León / Barcelona: Pepita Hernández  
DEPARTAMENTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE: Mercedes León, Jorge de Jorge y M<sup>a</sup> José González

SERVICIOS EDITORIALES: Aconfisa (Asesoría-Auditoría), Nexopublic (Consultoría), Nexo Creativo (Autoedición), Nexotel (Información Electrónica), Herrero y Asociados (Marcas y Propiedad Intelectual), Nexodata (Bases de Datos), Imcodavila (Rotativa y Papel) y National Post (Distribución)

CONEXO, el Periódico para la Organización de Congresos, Convenciones e Incentivos, es una Publicación Independiente de los Intereses del Sector / © CONEXO es una Marca Registrada de Nexo Editores SA / © Copyright NEXO EDITORES SA y Grupo NEXO / Depósito Legal M-8045-2012 / Impreso en España

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

## EDITORIAL

### Las ferias, motor del MICE urbano

**S**ON LOS NUEVOS DINAMIZADORES. Las grandes instituciones feriales urbanas son hoy los impulsores del Sector de Reuniones en las grandes ciudades. Y Feria de Madrid (Ifema) es quizá el mejor exponente de esta nueva realidad.

Entraron de puntillas en el MICE, ante el recelo de centros de convenciones, palacios de congresos, hoteles con equipamiento congresual e, incluso, de no pocos organizadores de congresos, que vieron en la construcción de importantes infraestructuras para la celebración de reuniones casi un nuevo oligopolio.

La necesidad de poder albergar eventos de diverso tipo relacionados con las ferias que organizan, fue la justificación formal para acometer importantes obras que permitieran el desembarco de grandes instituciones feriales en el MICE. El caso del excepcional Centro de Convenciones levantado por Feria de Madrid es, sin duda, el más representativo de esta estrategia.

Lejos de depredar el Sector, el auge congresual de las ferias ha impulsado el nivel de ocupación de los hoteles y de subsectores como el alquiler de coches o la restauración, *ensanchando* los grandes destinos.

De hecho, Ifema alberga ya medio centenar de convocatorias, de las que 84 son ferias y congresos, más de la mitad de las cuales organiza directamente esta institución ferial. Durante 2017, Feria de Madrid celebrará nueve grandes congresos internacionales (con más de 70.000 participantes en conjunto), ocho de ellos del ámbito médico-científico, lo que le sitúa como líder del segmento congresual más relevante.

La posibilidad de dar cabida a eventos gigantes en los pabellones feriales, incluidas presentaciones de producto o asambleas generales multitudinarias, que por sus dimensiones caben en contadas sedes, se une a la privilegiada cercanía a actividades económicas muy diversas que le brindan las ferias sectoriales.

Aunque el Sector señala algunas rémoras, Ifema, como exponente más representativo de la entrada en el MICE de instituciones feriales, ha consolidado en Madrid una oferta congresual verdaderamente única. Bajo la dirección general profesionalizada de un gestor sin débitos políticos como es Eduardo López-Puertas, Feria de Madrid consolida su posición y crece en el MICE, con el viento de cola de la recuperación.

Ferias y MICE están cada día más cerca, gracias a unas instituciones feriales que han soltado el lastre de la dependencia política, profesionalizando su gestión.

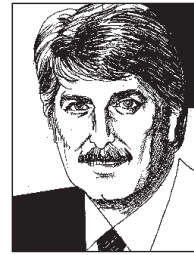
Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

## TRIBUNA

### Medición del valor de las reuniones

Rod Cameron

Director ejecutivo de JMIC



**E**N LA ÚLTIMA década se ha hecho cada vez más evidente que, lejos de ser simplemente una rama de la industria del turismo, el negocio de atraer y organizar reuniones, congresos, convenciones y exposiciones es en realidad un importante contribuyente al desarrollo económico, académico y profesional global que contribuye de una manera directa y significativa a una amplia gama de objetivos de la política gubernamental. El desafío para los gobiernos —que siguen siendo el principal inversor en este área debido a su papel como propietarios/operadores de las principales instalaciones de convenciones— es cómo medir el retorno de su inversión de la manera más realista posible.

Esto no es tan fácil como parece porque el tipo de definición aplicada durante tantos años ni siquiera comienza a captar el rango real de valores asociados con este área. Ha llegado el momento de adoptar un enfoque más realista, ya que las decisiones de inversión deben adoptarse sobre la base de medidas que realmente representan valor, y muchos de esos valores no son ni siquiera evidentes sin un examen riguroso. Sin embargo, el hecho de que algo sea más difícil de evaluar no lo hace menos importante, de hecho, en el caso de las reuniones y convenciones es así, y los valores más fácilmente medibles son generalmente los menos significativos.

El punto de partida es la comprensión de que las numerosas organizaciones y asociaciones que cuentan con reuniones, convenciones y exposiciones entre sus principales responsabilidades organizativas no lo hacen para gastar el dinero de sus miembros en espacios de reunión y alojamiento en hoteles, el sistemas de medición de valores que hemos utilizado para esta industria durante al menos décadas. La verdadera razón por la que apoyan estos eventos es debido a lo que logran en términos de progreso comercial, profesional y organizacional, y aquí es donde los mayores beneficios recaen también para los gobiernos y las comunidades.

Entonces, ¿cómo ajustar el modelo de valor a la realidad? Comienza por reconocer que hay tres componen-

tes de valor separados, cada uno de los cuales requiere un enfoque de medición diferente.

En primer lugar, y lo más básico, es la rentabilidad de aquellas instalaciones propiedad del gobierno que son una piedra angular para organizar eventos. El punto aquí es que hay pocas áreas donde aquellos que generan la mayoría del beneficio realmente pagan por el privilegio de hacerlo, hasta el punto donde los centros en el peor de los casos sólo requieren un subsidio modesto para asegurar otras serie de beneficios asociados a los eventos.

Lo que nos lleva inmediatamente al segundo punto, que es la medida más amplia del gasto inducido por eventos y el impacto que tiene no sólo en la comunidad en su conjunto sino también en términos de generar ingresos fiscales incrementales para los gobiernos. Este cálculo es un poco más complicado porque se extiende a muchos sectores diferentes, pero hoy en día es fácilmente alcanzable por cualquier de modelo de Evaluación de Impacto Económico disponible, que simplemente extrapolan el gasto asociado y descubren el impacto real que tiene en los ingresos, los empleos y los impuestos. Los resultados, aunque son altamente fiables, a menudo son asombrosos para aquellos que piensan en términos de sólo ingresos inmediatos derivados de los proveedores como las sedes.

El tercero es el valor de lo que podríamos llamar salidas de eventos, es decir, los avances empresariales, profesionales y académicos que resultan y son difundidos por los eventos. Esto no sólo se relaciona directamente con la política económica, si bien incluyen impactos tales como inversión interna, atracción de talento, transferencia de conocimiento y creación de innovación que benefician directamente a la comunidad anfitriona, también incluyen avances que afectan a muchas otras áreas de responsabilidad y política gubernamental, como la salud, la educación y el empleo, pero a diferencia de las dos primeras medidas, estas son más complejas de medir.

La completa gama de beneficios derivados de los eventos nunca será fácil de medir con precisión exacta, pero hay que tenerlos en cuenta para tomar buenas decisiones de inversión, sobre todo con dinero público.

*La completa gama de beneficios derivados de los eventos nunca será fácil de medir con precisión exacta, pero hay que tenerlos en cuenta para tomar buenas decisiones de inversión*

## DESENCUENTROS

Quique

