

Raúl Calleja

Director de Matelec 2012

Con el objetivo de ser una herramienta comercial a medida de cada participante

Matelec

avanza a buen ritmo

Se puede decir que el objetivo que se propuso la nueva directiva de Matelec de reinventar el certamen y convertirlo en una 'feria a medida' para expositores y visitantes está dando sus frutos; así, el certamen se perfila en estos momentos como una perfecta herramienta comercial que puede ayudar a muchas de las empresas participantes a cumplir sus objetivos de negocio. En este contexto, Raúl Calleja, director del certamen, es tajante al asegurar que en esta renovada edición no se busca tanto un objetivo cuantitativo sino más cualitativo; se busca, en definitiva, que la feria sea una herramienta comercial integral a medida de cada empresa participante.

ELECTROEFICIENCIA: Hasta la fecha, los resultados de Matelec en cuanto contratación, promoción y actividades están resultado satisfactorios, pero vayamos por partes y comentemos con el aspecto de la contratación y coméntenos cuáles son los niveles alcanzados y qué techo esperan tocar.

RAÚL CALLEJA: Aún es pronto para hacer valoraciones cuantitativas, pero las empresas han acogido y valorado muy positivamente tanto el proyecto como el nuevo modelo comercial.

No obstante, el resultado final de Matelec dependerá de la reinversión en el propio proyecto, de si los cambios adoptados son los correctos y, por supuesto, del voto de confianza

de las empresas en este nuevo concepto ferial. No sabemos cuántas empresas van a venir. Lo que sí sabemos es lo que vamos a hacer: generar mucho contenido exclusivo e invertir en garantizar demanda de visitantes a Matelec. El 80% de nuestro tiempo lo dedicamos a generar contenido de feria y a invertir en garantizar demanda. Este es el mejor argumento para que cualquier empresa expositora vea oportunidades comerciales.

Además, lo importante no es cuántos expositores van a Matelec, ni cuántos visitantes, sino cuánto negocio han hecho los que han venido. Ésta es la edición de la confianza en un nuevo

proyecto que ha de servir para dinamizar la actividad comercial del sector y contribuir a darle impulso y fuerza.

Aunque la contratación está creciendo a buen ritmo y ya contamos con cerca de 500 expositores, no buscamos un objetivo de superficie cuantitativo; buscamos un objetivo cualitativo. La feria ha de funcionar comercialmente para las empresas que estén, esté quien esté. Creamos eventos comerciales a medida para cada empresa, dentro del marco de Matelec.

EE: ¿Cuáles son los principales argumentos que están utilizando desde el Comité Organizador para alcanzar esos objetivos y convertir así a Matelec en el foro más propicio de negocios para el sector?

R.C.: El renovado Salón se ha reinventado con un solo objetivo: ser una herramienta comercial integral a medida de cada empresa participante de los sectores eléctrico, electrónico y de telecomunicaciones; un nuevo concepto ferial que funciona.

Hemos cambiado su imagen y su estructura para que sea reflejo de la realidad sectorial, que va dando paso a una oferta de soluciones completas y no ya tanto de productos aislados. Se trata de reinventar Matelec para convertirla en una 'feria a medida' para expositores y visitantes. La idea es que los profesionales vean a Matelec como una herramienta generadora de oportunidades de negocio, a través de una mayor especialización de su contenido.

Las cuatro grandes líneas estratégicas de trabajo son el posicionamiento puramente comercial y rentable del certamen, el ámbito geográfico internacional de actuación (con un programa de más de 650 invitados internacionales clientes de los propios expositores con potencial de compra, y más de 3.500 noches de hotel gratuitas a disposición de los expositores de la feria para sus clientes y rutas de autobuses gratuitas desde toda España para acudir a la feria), la ampliación del perfil del visitante de la feria (prescripción) y nuevas áreas de negocio (rehabilitación, sector terciario, hostelería, comercio, arquitecturas, administradores de fincas, obra pública...), la potenciación y mayor identidad de cada uno de los sectores presentes, y la reinversión de todos los recursos de la feria en cada expositor para que cumpla sus objetivos.

Esto se consigue orientando a todo el conjunto hacia la misma dirección, definiendo claramente la hoja de ruta para construir una herramienta comercial, y reinvertiendo todos los recursos de Matelec en garantizar el retorno de la inversión de cada empresa participante. Para ello, es necesario un voto de confianza por parte de las empresas y del sector, buscando la unión sectorial a través del trabajo, esfuerzo, contenido, creatividad y firmeza.

Queremos construir una feria a medida de las necesidades de cada empresa participante e invertir en todas y cada una de éstas para garantizar la consecución de resultados, convirtiendo así a Matelec en la gran fiesta del sector.

En resumen, Matelec 2012 se ha marcado el ambicioso objetivo de transformarse en una potente herramienta comercial que ofrece soluciones y fortalece el sector.

EE: No cabe duda que en estos momentos la actual coyuntura económica plantea



nuevos retos a las compañías españolas, centradas más en los mercados de la exportación, pero ¿cómo espera Matelec canalizar esas inquietudes y en qué se ha cimentado la campaña promocional de cara a la captación de visitantes internacionales?

R.C.: En lo que afecta a la internacionalización de Matelec, contemplamos un ambicioso programa de más de 450 compradores internacionales invitados con viaje y alojamiento pagado, con un alto perfil decisivo, y tematizando los días de feria por mercados, con charlas sobre cómo exportar y con rondas de negocios con agendas cerradas. Así el primer y segundo día de feria se dedica a los mercados del norte de África y Oriente próximo, el jueves a los países de Europa del Este y el último día a compradores latinoamericanos.

También trabajamos en otras líneas de eventos para atraer a ingenierías y grandes proyectos internacionales. En esta línea, contaremos con la nueva zona expositiva Spain Xport Technology; un espacio de la feria donde podrán exponer aquellas empresas españolas y desarrolladores de tecnología con potencial exportador.

Matelec 2012 ha de ser una feria internacional que se celebra en Madrid, y que genera oportunidades comerciales internacionales en el ámbito geográfico natural de negocio, y exportaciones e importaciones.

EE: Una oferta multisectorial, que responde con su variedad y calidad a los requerimientos del mercado es, sin duda, uno de los factores que influyen en el éxito de todo certamen, ¿cómo resuelven este aspecto en Matelec?

R.C.: Creemos que la nueva estructura de Matelec responde a una cuidada y estudiada sectorización, adaptada a las necesidades del sector y que ayudará y facilitará a los visitantes la consecución de sus expectativas sobre la oferta expositiva presentada, con eventos a medida de cada sector.



“El 80% de nuestro tiempo lo dedicamos a generar contenido de feria y a invertir en garantizar demanda”

Matelec es una marca paraguas dentro de la cual hay cinco grandes ferias complementarias y sinérgicas. Tecnología de la Instalación Eléctrica, Energía Eléctrica, LIGHTEC: Soluciones de Iluminación y Alumbrado, Integradores de Sistemas de Telecomunicaciones y Hogar Digital, y Building Automation.

Vamos a especializar mucho más cada sector para que tenga mayor profundidad y contenido específico. Cada sector ha de aprovechar su evento al máximo, y la suma del todo especializado tiene mayor capacidad de atracción que las partes independientes. Lógicamente, las tendencias del mercado son las que necesariamente van definiendo rumbos. La integración es una realidad del mercado, y la oferta unida permitirá ayudar a los empresarios a tener un número mayor de soluciones para su trabajo.

Los responsables de las empresas demandan un Matelec donde, más allá de la mera exhibición de sus productos en un espacio determinado, puedan obtener resultados cuantificables que amorticen su inversión; más si cabe en los difíciles tiempos que corren. Esa es la esencia de la nueva orientación del Salón. Queremos transformar la feria en una eficaz herramienta comercial que ayude a lograr sus objetivos a muchas de las empresas participantes.

EE.: Se ha comentado que, entre otras iniciativas, Matelec ha puesto el énfasis en la organización de eventos paralelos adaptados a cada sector, ¿cuáles destacaría por su carácter más innovador?

R.C.: Hemos puesto en marcha un completo programa de eventos y jornadas a fin de atraer a los decisores de los ámbitos de negocio para participar y disfrutar comercialmente de la parte expositiva.

Entre las actividades que ya están organizadas podemos citar la Semana de la Eficiencia Energética, una gran campaña de concienciación al usuario final y sector terciario, que contempla diferentes actividades en la ciudad destinadas a concienciar a los medios de comunicación y al usuario final sobre la importancia de la eficiencia energética.

El tejido industrial está implementando progresivamente soluciones de eficiencia energética, como un factor prioritario en el ahorro y la mejora de la productividad. Especialmente en el entorno económico de los últimos años, dichas medidas son clave para la rentabilidad de muchas empresas.

Cuando hablamos de eficiencia energética, en Matelec hablamos desde dos grandes puntos de vista: un punto de vista profesional, de oportunidades de negocio al conocer, ofrecer y atraer nuevos nichos de mercado a los que se les puede ofrecer soluciones de eficiencia energética. Estamos hablando pues de nuevos nichos de demanda y generar negocio en feria. Y por otro lado, desde un punto de vista social y de responsabilidad, creando entre todos la Semana



de la Eficiencia Energética, toda una campaña mediática nacional que pretender concienciar a la sociedad sobre la importancia de la eficiencia energética y mostrando las soluciones existentes a día de hoy desde un punto de vista profesional y particular, hablando de ahorro, confort, seguridad y medio ambiente. Queremos apoyar al sector vistiendo a Madrid durante toda esta Semana de Eficiencia Energética, por eso habrá rutas abiertas al público, profesionales y para los medios, de espacios, edificios, viviendas, hoteles eficientes, entre otros, pero lo importante es que toda aquella empresa que ofrezca soluciones de este tipo al sector, encontrará en Matelec y en la Semana de la Eficiencia Energética un aliado comercial.

EE.: A tenor de lo comentado, y teniendo en cuenta que en esta edición se buscaba reinventar la feria, ¿consideran que están en el camino de conseguirlo?

R.C.: Matelec 2012 será una feria única por su temática y contenido expositivo. Es la edición de buscar y ayudar a las empresas en todo lo relacionado con la eficiencia energética en cuanto a rehabilitación y reforma para eficiencia se refiere. Matelec 2012 es el acontecimiento sectorial que solo cada dos años tenemos la oportunidad de disfrutar. Por ello, tenemos que aprovecharlo para poder aportar al sector dinamismo y oportunidades comerciales allá donde las haya.

Matelec es una oportunidad con forma de herramienta comercial que puede ayudar a muchas empresas participantes a cumplir sus objetivos de negocio particulares, en un contexto en el que el retorno de inversión es absolutamente necesario y requerido, y en un año muy difícil. Se trata de buscar herramientas eficaces con las que, en muy poco tiempo, se pueda ofrecer a muchos clientes los productos y servicios propios.

Para convertirla en una herramienta comercial hace falta, en primer lugar, transformar su contenido y los objetivos de sus participantes en objetivos comerciales, convertir los cuatro días de feria en 365 días de oportunidades comerciales. Tenemos como reto adaptar la herramienta comercial que, aun en época de crisis, tantos éxitos ha dado a empresas en otras ferias que manejamos en el grupo —como Fruit Attraction y Motortec Automechanika Ibérica—, a Matelec, a sus sectores y a sus empresas. ✗



“La idea es que los profesionales vean a Matelec como una herramienta generadora de oportunidades de negocio, a través de una mayor especialización de su contenido”

Productividad y fiabilidad en la industria

Te esperamos!
Pabellón 8
Stand 8001

23-26 OCT
2012

MATELEC



Nuevos arrancadores suaves NJR2

CHINT ELECTRICS ha diseñado la serie NJR2 de arrancadores suaves con la más avanzada tecnología de doble CPU de control, basada en módulos de tiristores de alta potencia que permiten obtener un arranque y parada suaves de motores asíncronos trifásicos de corriente alterna con rotor de jaula de ardilla. Poseen funciones opcionales como protección contra sobrecargas, pérdida de fase(s) de entrada y de salida, sobreintensidades y subintensidades, sobretensiones y subtensiones.

La serie NJR2 cubre una amplia gama de motores de CA asíncronos trifásicos, que va desde 7,5kW hasta 500kW, pudiendo ser ampliamente usada en sistemas eléctricos de transmisión en equipamientos metalúrgicos, petroleros, control de incendios, minería, petroquímicas, elevadores y montacargas, etc., siendo ideal para la sustitución de arrancadores estrella-triángulo y motores de arranque de tensión reducida por autoacoplamiento. Los nuevos arrancadores de CHINT ELECTRICS cumplen con las especificaciones de la norma IEC60947-4-2.

Chint Electrics S.L.

C\c n° 38, Nave 3, P.I.1, 28938 Móstoles (Madrid).

Tlf: 916450353 Fax: 916459582 Web: www.chintelectrics.es

CHINT
CHINT ELECTRIC