

**Raúl
Calleja**

**Director
de Matelec**

Potenciar la competitividad de las empresas y el proceso de reindustrialización es uno de los objetivos del “proyecto ilusionante” en que se ha convertido Matelec, según reconoce su director, Raúl Calleja. Las bases están puestas para que el evento, con más de 600 expositores y un crecimiento del 40%, se convierta en parte importante de esa gran convocatoria del sur de Europa para todo el ciclo constructivo que es e-Power&Building.



Matelec crece un 40% en 2016

P. ¿Qué criterios han prevalecido para poner en marcha una edición tan especial de Matelec, en la que el propio certamen establece elementos más especializados en el marco de una convocatoria multisectorial?

R. Lo que hemos hecho con la actual edición de Matelec es profundizar en el contenido expositivo, especializándolo en tres grandes áreas. Una de ellas, quizá la más conocida y tradicional, es la que se relaciona con la faceta de las instalaciones a la que estamos habituados; otra es Lightec, que aglutina las últimas tendencias en el mundo de la iluminación y alumbrado, y un tercer segmento que se corresponde a nueva marca más orientada al sector industrial, a la revolución de la que todos hablan, la reindustrialización 4.0 o smart factory, donde

los protagonistas serán los agentes vinculados a la automatización de procesos, al digital factory y a las soluciones de control y gestión energética industrial. Todo ello conforma Matelec Industry que, al igual que las otras dos áreas expositivas, tiene la responsabilidad de ofrecer productos a medida de las necesidades de las empresas.

Hemos creado estas áreas al entender que los diferentes ecosistemas sectoriales tienen objetivos o target muy diferentes. Pero a pesar de ello, hay una transversalidad que les une. Son muchas las empresas que abordan nuevos nichos, nuevos campos, como es, por ejemplo, el mantenimiento en el sector industrial, que da sentido a esta convivencia. Así, la próxima convocatoria del certamen fomentará más aún la competitividad de las empresas, aportando valor con una

oferta mucho más completa que, además, se ha hecho coincidir con el resto de sectores que ofertan soluciones para todo el ciclo constructivo. Todo ello bajo el paraguas institucional de e-Power&Building.

Ésta es la marca que agrupa a los diferentes salones que ofrecen, también de forma especializada, soluciones variadas a todo lo que denominamos el ciclo constructivo. Se trata de Constructec, Veteco, Bimexpo, Urbotica y la propia Matelec, con la segmentación descrita. La idea es que constructoras, arquitectos o promotores, entre otros colectivos, tengan acceso a las soluciones que confluyen en las instalaciones de esos edificios que proyectas, ejecutan o comercializan.

Bajo ese paradigma, hemos entendido que tenía sentido crear un gran evento, una marca, como es e-Power&Building, que agrupara a este conglomerado de sectores que tienen mucho en común y que así lo demostrará del 25 al 28 de octubre en las instalaciones de Ifema.

P. ¿Hay posibilidades de seguir desarrollando este formato en próximas ediciones?

R. En principio, tendremos que valorar lo que sucede en esta actual edición y, después, tras determinar cuál ha sido la respuesta del mercado ante esta nueva realidad, ya procederemos en consecuencia.

Es un hecho incuestionable de esta edición el incremento experimentado por todos los sectores, fruto sin duda de esta sinergia y de sus propias potencialidades; pero sin lugar a duda lo que más nos satisface es que se haya construido un proyecto muy ilusionante para el conjunto de los sectores y empresas, con muchas herramientas de soporte que dan sentido a esta realidad.

Estamos hablando de Veteco, que ha duplicado su superficie y número de expositores; también de Constructec, que reúne a más de 250 empresas y que se beneficia de la celebración conjunta de Bimexpo, un evento enfocado a la industria del Bim, y de Urbótica, con un contenido claramente orientado a las smart cities. En este contexto, Matelec ha experimentado un crecimiento del 40% en relación a la anterior edición, y eso es muy significativo, máxime cuanto todavía quedan meses por delante para seguir en esa trayectoria ascendente; además, ya sumamos más de 600 empresas participantes y se han rebasado, prácticamente, los 20.000 metros cuadrados de exposición.

Pero, permítame que insista, en que el momento de analizar lo qué ha pasado y de ver si se da continuidad al proyecto

será una vez que el evento cierre sus puertas. Mientras tanto, es tiempo de seguir mostrando las ventajas de este proyecto con entidad suficiente para cubrir un necesario y masivo encuentro del sector, y de explicar las estrategias de los diferentes eventos que, a la postre, han detectado con acierto las tendencias del mercado, creando en su propio ámbito Bimexpo –dado el empuje de la tecnología BIM- o Veteco Solar, ya que no existe nada parecido, además de la propuesta de Matelec Industry, al servicio de la transformación que vive el sector.

P. Entendemos que se ha puesto un claro acento en la industria 4.0 en esta actual edición, ¿no es así?

R. Esa una de las patas importantes de los objetivos, ya que cuando nos referimos a la industria 4.0, smart factory, conectividad o IoT estamos abordando términos y conceptos que tienen el trasfondo de que cualquier empresa, independientemente de sus dimensiones, puede incrementar su volumen de



Hemos creado tres áreas concretas de especialización al entender que los diferentes ecosistemas sectoriales tienen objetivos muy diferentes”



producción gracias a la tecnología. Pueden ser más eficientes en su producción, para fabricar más y mejor y, sobre todo, más barato, impulsando así su competitividad.

Disponemos de todo un conglomerado de herramientas y medios, como el digital factory, la robótica o automatización, entre otros procesos, que ayudan a mantener un mejor control de los consumos energéticos, para consecuentemente, ser más eficientes y competitivos. Y eso es a lo que tiende la industria 4.0, a comprender y utilizar la tecnología para producir con rangos de mayor eficiencia.



P. ¿Se han tenido en cuanto, a la hora de impulsar este nuevo proyecto, las opiniones de los principales agentes del mercado?

R. En efecto. Tenga en cuenta que nuestro trabajo, como organizadores de eventos, consiste en ayudar a los mercados a tener un foro común de encuentro. En el caso de Matelec, el comité organizador está presidido por una de las grandes compañías del sector, con presencia potente en todas las áreas que aborda Matelec -la industria, la iluminación y la instalación-, y eso es ya un buen soporte. Además, también hay una presencia muy viva del resto de agentes que nos han ayudado a construir y armar un proyecto que satisfaga a todos en cuanto a contenido, temática y cuestiones referidas a la realidad y día a día de las empresas.

Pero además, hemos realizado diferentes consultas para detectar cuáles son las cuestiones que más motivan y preocupan al sector y, en base a esas conclusiones, identificar las líneas de trabajo a trazar para sacar adelante un proyecto común e ilusionante que ayude a potenciar la competitividad del conjunto de empresas.

P. ¿Esa ha sido también la base para estructurar el propio programa de actividades que se celebra al margen de la oferta expositiva?

R. En efecto, también aquí se ha seguido esa estrategia de explorar la realidad que más preocupa o motiva a cada área con la finalidad de que, cada una de ellas, estructure su propio programa de actividades y jornadas técnicas en base a esa realidad. A modo de ejemplo, indicarle que Matelec Industry acogerá una interesante jornada sobre ciberseguridad en la industria 4.0; también será el marco adecuado para poner en marcha un encuentro de la industria 4.0 en el automóvil en España y, adicionalmente, se explorarán esas capacidades en el sector de la alimentación.

Además, y ya en el marco de Matelec, está previsto que Fenie realice una interesante puesta en escena con el 'Mundo del Instalador', en sustitución del tradicional eDoceo, impulsando un espacio muy completo e integrador, además de participativo y técnico.

En la parte de construcción, rehabilitación y eficiencia energética, y con la voluntad de reafirmar el compromiso y especial atención a la arquitectura, se ha diseñado el programa específico 'Arquitectura con

Eñe', destinado a convertirse en el mayor evento de soluciones arquitectónicas para todo el ciclo constructivo. En este marco concreto, los arquitectos contarán con Laplaza, un singular espacio de encuentro que pondrá en valor el decisivo papel que juegan estos profesionales.

Ésta es sólo una pequeña parte del amplio programa técnico de jornadas focalizado a la faceta formativa. Porque al final, lo que se persigue es que un visitante se lleve en su agenda no sólo un portfolio más actualizado de proveedores y soluciones innovadoras, sino también que la visita cubra la parte de formación y actualización técnica que el profesional necesita.

Hay que ser capaces de informar y darles a conocer todas aquellas tecnologías que están despuntando, pero también hacer que contacten con los nuevos actores y agentes existentes, porque por mucho que las tecnologías marquen los negocios del futuro, al final serán las personas las que tendrán en sus manos conducir y llevar con éxito sus negocios, en el presente y futuro.

P. ¿Qué metas se han fijado cubrir a nivel nacional e internacional con la convocatoria?

R. Pretendemos que e-Power&Building se convierta en el gran evento ferial de todo el sur de Europa para el sector de la construcción, y eso marca una hoja de ruta que requiere de gran poder inversor. De hecho, se trata no sólo de promocionar a través de campañas de marketing y demás, sino de establecer una relación de compradores internacionales, a los que se les invita para que todo ello culmine en gestiones ventajosas.

En este contexto, trabajamos muy estrecha e intensivamente con amec en foros de todo el mundo y disponemos de redes comerciales que nos implican en los mercados más atractivos para las empresas expositoras, que de alguna forma convergen con los países receptores de nuestras exportaciones, entre ellos nuestros vecinos europeos junto con los del norte de África, Oriente Próximo y Latinoamérica.

De hecho e-Power&Building cuenta con una dotación presupuestaria de un millón de euros para garantizar ese posicionamiento de liderazgo en el sur de Europa.



**Nuestro trabajo como organizadores de eventos
consiste en ayudar a los mercados
a tener un foro común de encuentro**



P. ¿Se han dado un margen de tiempo para conseguir ese objetivo de liderazgo?

R. Por número de expositores –ya que estamos hablando de una edición que reúne en su conjunto entre 1.350 y 1.400 empresas participantes–, así como por visitantes registrados en ediciones pasadas –entre 65.000 y 70.000– y número de países de procedencia –unos 80–, podría decirse que el objetivo está cubierto. Aunque en esta edición esperamos rebasar los últimos datos de visitantes dadas las sinergias alcanzadas, las referencias actuales ya nos sitúan en un lugar muy aventajado y en feria líder en la Península Ibérica.

Pero más allá de competir o no con otros certámenes, nuestra finalidad se focaliza en ofrecer un servicio que permita a las empresas trabajar y buscar oportunidades de negocio.

P. Volviendo a Matelec, se percibe que en esta edición la feria cuenta con un plantel muy significativo de expositores y, consecuentemente, de oferta; también el instalador va a tener un marcado protagonismo, pero ¿qué hay de la distribución? ¿qué acciones han previsto para motivarla?

R. La distribución es para nosotros, al igual que para el mercado, uno de esos ejes básicos y agente destacado. Un eslabón esencial en esa gran familia eléctrica. Sobre el particular he de decirle que, por primera vez, vamos a poder contar con oferta expositiva de agentes distribuidores, y eso es algo muy significativo. Elegir el certamen para posicionarse aún más o ganar cuota de mercado, o simplemente para potenciar la marca como tal, amparándose en las herramientas que les ofrece Matelec, es algo que nos satisface y motiva para seguir ahondando en esa faceta.

Cabe recordar que Adime forma parte del Comité Organizador de la feria y, desde ahí nos trasladan las necesidades que tiene la propia distribución, con independencia de que cada empresa es soberana para adoptar la decisión de participar o no como expositor.

Además, entiendo que el hecho de que haya una mayor oferta expositiva servirá de motivación a este colectivo para que acuda a la feria, a pesar de que la distribución mantiene una relación muy directa y participativa con los fabricantes con los que trabaja. Nosotros, en calidad de agente neutral, queremos crear valor para todo el mercado, y eso incluye a las empresas de cualquiera de los canales, y potenciar un espacio de encuentro comercial masivo para el conjunto de colectivos, porque creo que eso es bueno para todos.

P. ¿Con qué resultados se darían satisfechos para esta actual convocatoria?

R. Más allá de las cifras, que por supuesto hay que conocerlas, publicarlas y hablar de ellas, lo que realmente adquiere mayor valor para nosotros es que Matelec, Lighttec y Matelec Industry tengan la capacidad de posicionarse en el mercado, fortaleciéndose como espacio óptimo de trabajo para el conjunto del sector.

En esta edición hemos conseguido que, pese a la incertidumbre política que nos ha tocado vivir estos últimos meses –y que influye a la hora de posponer o ralentizar decisiones empresariales–, Matelec haya crecido el 40% respecto a su última convocatoria, y eso nos hace ver que vamos por buen camino.

Nos hemos esforzado por devolverle la ilusión al sector, por convencerle de que precisa un gran evento que le ayude en su proyección internacional, aportando mayor visibilidad y fortaleza. Y todo ello con independencia de otros encuentros

puntuales que cumplen con su misión y ayudan a vigorizar el mercado. Pero creo que entre todos debemos ser capaces de seguir apostando y construyendo este gran proyecto, para que se convierta en motor de desarrollo y punto de encuentro por excelencia del conjunto sectorial. Esa es, en definitiva, la esencia y función que le toca cumplir a Matelec.

Y en este contexto, creo que el esfuerzo por devolverle al mercado ese optimismo necesario se está cumpliendo, aunque

poco a poco y lentamente, pero lo estamos consiguiendo. En ello influye el utilizar nuevas herramientas, fórmulas diferentes y elementos dinamizadores que motiven a todos los colectivos. Porque nuestro mensaje no pasa por vender metros cuadrados, sino por ofrecer oportunidades de negocio para las empresas, algo en lo que hemos focalizado el esfuerzo y que el mercado, sin duda, ha entendido.

P. ¿Se conseguirá o intentará atraer, en algún momento, otros sectores afines a las instalaciones, como es el caso de renovables o climatización?

R. Ifema trabaja para cubrir las necesidades del mercado, y en este sentido, el sector de la climatización tiene un magnífico evento, con entidad y espacio propio que satisface las necesidades de su mercado. Y aunque podría darse que en un futuro se unieran sinergias, la realidad es que hoy nadie habla de ello y, por lo tanto, no se contempla.

Pero más allá de particularidades, permítame que insista en que nuestra función consiste en garantizar un retorno de la inversión y crear sinergias estratégicas para las empresas. Y eso se ha conseguido de forma acertada con Matelec y e-Power&Building.

