



MERCARTES

MERCADO DE LAS ARTES ESCÉNICAS

19
20
21
NOV
08
SEVILLA

Informe de valoración

12/12/2008



La Red Española de Teatros, Auditorios y Circuitos de Titularidad Pública
C/ Hilera, 4 - 5ª planta • Oficina 7 • 28013 Madrid
Tel.: 91 548 95 60 • Fax: 91 548 77 54
e-mail: redteatro@redescena.net



Avda. Alcalde Luis Urañuela, 1
41020 Sevilla • www.fibes.es • general@fibes.es
t: 954 478 700-902 932 239 • f: 954 478 745



C/ Hospital, 51 (Teatre Roma) • 08001 Barcelona
Tel. 93 309 79 00 • Fax. 93 485 15 12
www.faebeda.org • info@faebeda.org



Patrocina:



Colabora:



ÍNDICE

- 1. Sobre la participación**
 - 1.1. Datos globales
 - 1.2. Expositores
 - 1.3. Profesionales visitantes
 - 1.4. Factores de participación
- 2. Sobre la organización**
 - 2.1. Diseño y preparación
 - 2.1.1. Comités
 - 2.1.2. Comisariado
 - 2.1.3. Equipo de producción
 - 2.1.4. Portal internet
 - 2.2. Durante el evento
 - 2.2.1. Orden y puntualidad
 - 2.2.2. Información interna
 - 2.2.3. Atención a los asistentes
 - 2.2.4. Servicios e instalaciones
- 3. Sobre el formato**
 - 3.1. Elementos
 - 3.1.1. Stands
 - 3.1.2. Sesiones informativas
 - 3.1.3. Presentaciones y proyecciones
 - 3.1.4. Foro de los negocios
 - 3.1.5. Ponencias
 - 3.1.6. Reuniones generales
 - 3.2. Combinatoria
 - 3.2.1. Duración
 - 3.2.2. Franjas horarias
 - 3.2.3. Compatibilidad actos simultáneos
- 4. Sobre los resultados**
 - 4.1. Índice de transacciones
 - 4.2. Percepciones del sector
- 5. Retos de futuro**
 - 5.1. Incorporación de nuevos ámbitos de actividad
 - 5.1.1. Servicios técnicos y empresas auxiliares
 - 5.1.2. Salón internacional del libro teatral
 - 5.2. Duración y formato
 - 5.3. Dimensión internacional
 - 5.4. Ampliación del Comité Ejecutivo
 - 5.5. Comisariado

1. Sobre la participación

1.1. Datos

DATOS GLOBALES DE PARTICIPACIÓN		
1. Expositores		
	Stands	76
	Módulos	154
	Superficie (m ²)	1.232
	Profesionales ofertantes	228
2. Profesionales visitantes		
	Acreditados previos online	638
	Acreditados in situ	330
	Total bruto visitantes	968
	Acreditaciones de expositores	96
	Total neto visitantes	872
3. Total participantes		
	Profesionales ofertantes	228
	Profesionales visitantes	872
	Total profesionales	1.100

DATOS DE PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES		
1. Foro de los negocios		
	TOTAL	21
2. Sesiones informativas		
	Requisitos para acceder a circuitos	122
	Procedimiento justificación subvenciones	45
	Prevención riesgos laborales	15
	Estrategias de captación de recursos	65
	Novedades nueva legislación laboral	15
	Iberescena	44
	TOTAL	306

1.2. Expositores

Desde un punto de vista cuantitativo, en relación al 2006 ha habido un mantenimiento del número de contratantes pero un incremento del 50% de superficie contratada. Esto significa que se han cubierto satisfactoriamente los objetivos establecidos.

Desde el punto de vista cualitativo el cambio más significativo ha sido la importante presencia de las instituciones públicas, especialmente de las CCAA, y la mayor proporción de stands de diseño que ha dado al espacio mucha más personalidad.

Además de la presencia de productores e instituciones, hay que destacar la incorporación de servicios de ticketing y de algunas empresas de servicios técnicos. Diversas empresas de servicios técnicos que no asistieron habían valorado positivamente su eventual presencia pero ya tenían cerrados sus planes anuales de promoción y la emplazaban a la siguiente edición.

1.3. Profesionales visitantes

Incremento estimado de un 50% de profesionales visitantes respecto a la edición anterior. El índice de presencia de visitantes en cada stand también ha sido superior.

1.4. Factores de participación:

a. Consolidación de un proceso

La edición 2008 recoge los frutos de la edición 2006 que ya experimentó satisfactoriamente un formato de evento y creó la marca Mercartes. La valoración satisfactoria de la edición anterior por parte del sector ha sido un buen precedente que ha facilitado alcanzar los objetivos durante la presente edición.

b. Sistemática en el desarrollo comercial

Desde el primer momento se ha realizado una gestión comercial sistemática y personalizada a través de la gestión de una base de datos de clientes y una relación electrónica y telefónica permanente y singularizada. Esto ha permitido tener con bastante antelación compromisos de asistencia que, posteriormente, se han formalizado.

c. Participación de CCAA

La primera gestión que se ejerció desde el Comisariado con la colaboración de los presidentes de las asociaciones autonómicas de Faeteda fue la invitación a las CCAA a participar activamente en el proceso. La respuesta positiva de las mismas ha permitido la integración en sus stands de un número importante de productores y entidades escénicas de su ámbito territorial. El papel vertebrador de las CCAA ha sido muy importante.

d. Estrategia de comunicación

La transformación de la web en un agente básico de comunicación y oficina on line, la emisión sistemática de información a los medios de comunicación y la información personalizada y periódica por correo electrónico a los potenciales participantes, han sido factores importantes en la creación de interés por el evento.

También hay que destacar la presencia en ferias precedentes (Palma del Río, Tàrrega, Donosti) y la difusión de materiales en otras, para conseguir una promoción activa y directa a los públicos potenciales.

e. Convocatoria de asambleas generales

Ha sido determinante el papel de refuerzo a la participación que han ejercido las convocatorias de reuniones generales por parte de La Red, Faeteda y Cofae. Con las convocatorias han creado un doble motivo para ir, y han incrementado el valor global de la presencia en el evento, al mismo tiempo que el evento ha facilitado récords históricos de asistencia a las reuniones generales. Esta simbiosis ha sido muy positiva.

2. Sobre la organización

2.1. Diseño y preparación

2.1.1. Comités

El establecimiento de dos niveles de dirección, un Comité Ejecutivo para la dirección estratégica y un Comité Organizador para la dirección ejecutiva, ha sido acertado. Los respectivos ámbitos de trabajo han sido claros y complementarios, y la asistencia y participación activa a las reuniones convocadas ha sido muy alto. La colaboración de los miembros de los comités en el desarrollo del proceso ha sido muy activa para abrir vías de interlocución.

2.1.2. Comisariado

El Comisario ha tenido una fuerte preocupación desde el inicio para satisfacer los intereses expresados por las organizaciones convocantes aplicando una sistemática de trabajo basada en la seriedad, el rigor, el trabajo en equipo y la actitud de servicio. El conocimiento elevado del sector, de sus organizaciones, activos y formas de trabajo y relación, ha facilitado la empatía con los participantes basada en el deseo de satisfacer sus necesidades y expectativas.

El hecho de contar con un staff propio (adjunto y secretaría) ha permitido una dedicación intensa al proceso.

2.1.3. Equipo de producción

El trabajo en equipo entre el comisariado, los responsables de FIBES y la oficina de medios ha sido muy efectivo y satisfactorio. Ha habido un elevado respeto por la función de cada parte, una intensa información mutua y una sintonía profesional elevada.

2.1.4. Portal internet

La prioridad que se ha dado al portal web de Mercartes lo ha convertido en un factor clave del sistema organizativo como instrumento de interrelación entre organizadores y participantes.

La visualización automática de los profesionales inscritos con todos sus datos de contacto, la contratación de stands, la descarga de ficheros y protocolos, el incipiente blog para convertir Mercartes en una comunidad virtual, junto con los cambios estructurales y gráficos del portal, han aportado facilidad de trabajo en un evento que cubre un ámbito territorial extenso.

2.2. Durante el evento

2.2.1. Orden y puntualidad

Todos los actos se han desarrollado con una organización impecable y con una elevada puntualidad. Esto ha sido importante en un encuentro intenso que desarrolla mucha actividad en sólo tres días.

2.2.2. Información interna

Había una fuerte preocupación por el sistema de información interno, que se ha desarrollado a partir de cinco instrumentos:

- el catálogo con el programa detallado de actividades
- las pantallas del circuito interno, que han funcionado sin problemas
- la edición diaria de un boletín informativo
- La información estática en las instalaciones (carteles y displays)
- La web con su feria virtual

El funcionamiento correcto de estos instrumentos ha permitido una información suficiente de la actividad que se iba desarrollando a cada momento.

Se limitó el uso de la megafonía a resolver emergencias y a comunicar el inicio de los bloques de actividad, pero no se quiso utilizar para la comunicación permanente de

actividades para evitar la contaminación acústica del recinto. Esto ha permitido un ambiente de relación personal más amable en los espacios comerciales.

2.2.3. Atención a los asistentes

La atención a los asistentes por parte de FIBES ha sido muy satisfactoria, no habiéndose realizado ninguna queja al respecto.

El comisario realizó una sesión previa al equipo de atención al público para transmitirles las expectativas de los asistentes y percibió una buena actitud de servicio.

2.2.4. Servicios e instalaciones

Las instalaciones de FIBES son un lujo. El uso racional de las mismas para acoger el evento ha permitido disponer de unos servicios muy satisfactorios que han facilitado su desarrollo.

3. Sobre el formato

3.1. Elementos

3.1.1. Stands

En la edición 2008 ha habido una presencia importante de stands de diseño propio que han dado mucha personalidad al paisaje. La mayoría de ellos estaban concebidos como espacios de encuentro y relación, lo que ha permitido ver el pabellón como un conjunto de oasis amables.

La integración en los stands institucionales de entidades escénicas de su ámbito territorial les ha dado mucha vitalidad. Los stands modulares también han sido correctos.

Los pasillos y zonas de tránsito han sido generosos, lo que ha permitido un ambiente relajado y una movilidad muy cómoda.

3.1.2. Sesiones informativas

Ha habido un altísimo interés por las sesiones informativas y una elevada aunque desigual participación debido a que se trataban aspectos de fuerte actualidad y preocupación y que los ponentes eran excelentes expertos.

Esto ratifica la necesidad de incluir esta actividad en ediciones posteriores con un formato parecido.

3.1.3. Presentaciones y proyecciones

Hubo mucho interés previo pero la participación fue muy escasa, especialmente en la sala de proyecciones. Apuntamos dos razones explicativas: la competencia con otras actividades que se realizaban simultáneamente, y la falta de promoción particular de algunas presentaciones. Su brevedad (15 minutos de intervalo) facilitaba una dinámica rápida con intensidad de contenidos, pero tal vez daba menos consistencia a la captación de públicos.

Por otro lado, la ubicación de la tribuna de presentaciones dentro del pabellón ha sido un acierto porque creaba una isla sonora que no molestaba a los stands y que permitía un excelente audio interno. Su proximidad a los stands facilitaba su asistencia sin interrumpir la visita a los mismos.

Es una actividad que cubre una función interesante en Mercartes, pero hay que revisar su formato y su momento porque no ha cubierto suficientemente las expectativas. Tal vez su función podría desdoblarse en dos formatos: la edición de un catálogo de proyectos en formato ficha (impreso o digital) sin límite cuantitativo, y una tribuna de presentaciones concentrada en una tarde, con una selección de un número reducido de propuestas en función de su interés, y un formato en paneles de grupos de 4 presentaciones en intervalos de una hora.

3.1.4. Foro de los negocios

Hubo una participación escasa y una elevada satisfacción de los asistentes por el formato de intercambio propuesto. Competía con actos en los stands que ofrecían degustación gastronómica. La conclusión de los asistentes es que habría que dar mayor importancia y difusión al formato foro de negocios en próximas ediciones.

3.1.5. Ponencias

Incorporar dos ponencias (inicial y final) ha sido un acierto porque eran los únicos actos generales y porque el interés de los contenidos expuestos fue muy elevado. La presencia de François Colbert en Mercartes fue un lujo, y su exposición muy clara y sugerente. La ponencia del Director General del INAEM permitió dar una información panorámica y directa de su programa de trabajo para el actual mandato.

3.1.6. Reuniones generales

Ya hemos comentado que ha sido otro de los grandes aciertos de la edición 2008. Las entidades convocantes han incrementado el valor de la asistencia a Mercartes y la han facilitado en algunos casos. Es un elemento imprescindible en futuras ediciones.

3.2. Combinatoria

3.2.1. Duración

El programa de Mercartes 2008 ha sido demasiado denso. Su corta duración ha obligado a programas actividades simultáneas y no ha dejado espacio para los actos promocionales de los stands. Habría que incrementar la duración de Mercartes en un día más para poder ordenar mejor los tiempos.

3.2.2. Franjas horarias

Las franjas horarias establecidas han sido correctas.

4. Sobre los resultados

4.1. Índice de transacciones

Por los comentarios de algunos expositores estimamos que el número de transacciones comerciales ha sido muy satisfactorio. En algunos casos se abrían vías de colaboración e intercambio, en otros casos se cerraban preacuerdos. Algún expositor ha comentado que en tres días ha realizado más transacciones comerciales que en un año, aunque tal vez era una apreciación emotiva.

4.2. Percepciones del sector

El ambiente general era muy agradable y cargado de empatía. Había un clima de relación personal positiva y una actitud de negocio y de trabajo importante.

La percepción sobre el evento expresada por los representantes del sector en las reuniones generales fue altamente satisfactoria. Mercartes tal vez ha servido para que el sector de las artes escénicas se perciba capaz de funcionar como un sector productivo adulto y poder mirar de igual a igual a otros sectores productivos tradicionalmente más consolidados. La capacidad de organizar una feria como Mercartes, con una participación tan elevada y unos stands de tanta calidad, eleva la autoestima del sector y le permite abordar otros retos colectivos.

Ha sido también una muestra de la excelente y necesaria colaboración entre el sector público y el privado.

5. Retos de futuro

5.1. Incorporación de nuevos ámbitos de actividad

5.1.1. Servicios técnicos y empresas auxiliares

Hay que conseguir en la próxima edición la incorporación plena de las empresas de servicios técnicos y auxiliares. Para ello es imprescindible ofrecerles la participación con una antelación mínima de un año.

5.1.2. Salón Internacional del Libro Teatral

Los responsables del Salón Internacional del Libro Teatral están interesados en integrar este salón en Mercartes como un ámbito de actividad dentro de la feria. Esto incorporaría un capital importante.

5.2. Duración y formato

Se considera necesario que la duración de la próxima edición sea de 3 días y medio para evitar la excesiva densidad de actividades organizadas y actos de los expositores que provocaba algunos efectos secundarios que pueden aumentar si Mercartes incorpora nuevos ámbitos de actividad.

5.3. Dimensión internacional

Hay que plantearse en qué momento el salón está consolidado a escala estatal para abordar su proyección internacional.

Tal vez la próxima edición se puede trabajar para conseguir una presencia significativa de profesionales visitantes de otros países. Pero tal vez aún se debería limitar a la presencia de expositores del Estado español.

La proyección internacional obliga a trabajar con mucha más antelación.

5.4. Ampliación del Comité Ejecutivo

La Federación Estatal de Asociaciones de Gestores Culturales (FEAGC) ha solicitado formar parte del Comité Ejecutivo de la próxima edición de Mercartes.

La incorporación de esta entidad, que no tiene un ámbito de trabajo centrada exclusivamente en las artes escénicas, se justifica porque más de un tercio de sus socios trabajan en la gestión de artes en vivo cubriendo una función estratégicamente clave para el futuro del sector. Su vertebración estatal como federación de asociaciones autonómicas le permite ser una buena plataforma de fomento de la participación.

5.5. Comisariado

La valoración de la actual edición y los retos de futuro que se plantean aconsejan designar al comisario de la próxima edición con la máxima antelación para no perder oportunidades. La antelación mínima que se considera necesaria es de 15 meses.

El comisario debe contar, como en la edición actual, con un staff propio que le permita articular sus funciones a través de un pequeño equipo de trabajo para conseguir una mayor eficiencia.

NOTA: El anexo con la Memoria y el Clipping de prensa se presenta por separado.

Bissap Consulting SL
Calle Germà Emilià 20, 1-3 08470-SANT CELONI, tel. +34 93 848 68 96
www.bissap.es – info@bissap.es