



**XUNTA
DE GALICIA**

galicia

GAL-EVENTOS

“Galicia espacio de excelencia en la organización de eventos”

**DINAMIZACIÓN Y PUESTA EN VALOR DE LA
RED DE INFRAESTRUCTURAS Y
ORGANIZADORES DE EVENTOS DE GALICIA**

PROGRAMA OPERATIVO FEDER GALICIA

2007-2013

(Objetivo convergencia)



Unión Europea

Fondo Europeo
de Desarrollo Regional

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.	7
1.1. ANTECEDENTES. _____	7
1.2. SÍNTESIS DEL PROYECTO. _____	10
2. COHERENCIA Y COMPLEMENTARIEDAD CON LAS POLÍTICAS EUROPEAS, NACIONALES Y REGIONALES.	17
2.1. CONTRIBUCIÓN A LA ESTRATEGIA Y OBJETIVOS DEL PROGRAMA OPERATIVO FEDER GALICIA 2007-2013, EN SUS RESPECTIVOS EJES PRIORITARIOS. _____	17
2.2. VINCULACIÓN Y COHERENCIA CON LAS POLITICAS COMUNITARIAS. _____	20
2.3. COHERENCIA CON LAS POLÍTICAS NACIONALES Y REGIONALES. _____	22
2.4. CONTRIBUCIÓN A LA AGENDA DE LISBOA, GOTEMBURGO Y A LOS PRINCIPIOS TRANSVERSALES DE IGUALDAD Y SOSTENIBILIDAD _____	24
3. JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD Y PERTINENCIA DEL PROYECTO.	29
3.1. VALOR AÑADIDO REGIONAL Y EUROPEO. _____	29
3.2. VALOR AÑADIDO EMPRESARIAL Y ECONÓMICO. _____	32
3.3. ASPECTOS INNOVADORES Y COMPLEMENTARIEDAD. _____	34
3.4. RESULTADOS ESPERADOS E IMPACTO. _____	37
3.5. SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO. _____	40
4. ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACCIONES A REALIZAR.	45
4.1. DEFINICIÓN DE LA RED DE EVENTOS. _____	45
4.2. ANÁLISIS DEL CONTEXTO. _____	50
4.2.1. Situación y tendencias de las actividades de ferias, congresos y eventos. _____	50
4.2.2. Principales magnitudes de la celebración de ferias, congresos y eventos en Galicia. _____	52
4.2.3. Efectos de la crisis en el mercado de eventos. _____	56
4.3. GRUPOS DE TAREAS Y ACCIONES. _____	60
4.3.1. Grupo de Tareas 1 (GT1): Estructuras de coordinación, gestión y control. _____	63
4.3.2. Grupo de Tareas 2 (GT2): Identificación y evaluación de recursos y agentes relacionados. _____	65
4.3.3. Grupo de Tareas 3 (GT3): Acciones para la mejora competitiva de la actividad. _____	69
4.3.4. Grupo de Tareas 4 (GT4): Diseño de herramientas, recursos y servicios. _____	73
4.3.5. Grupo de Tareas 5 (GT5): Acciones de comunicación, difusión y sostenibilidad. _____	77
5. TABLA RESUMEN DE GRUPOS DE TRABAJO Y ACCIONES, CRONOGRAMA, INDICADORES DE RESULTADOS E IMPACTOS Y PRESUPUESTO.	83
5.1. TABLA RESUMEN DE GRUPOS DE TRABAJO Y ACCIONES. _____	83
5.2. CRONOGRAMA. _____	84
5.3. INDICADORES DE RESULTADOS. _____	86
5.4. IMPACTOS ASOCIADOS A LOS RESULTADOS. _____	97
5.5. PRESUPUESTOS. _____	99



INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN.	7
1.1. ANTECEDENTES. _____	7
1.2. SÍNTESIS DEL PROYECTO. _____	10

1. INTRODUCCIÓN.

1.1. ANTECEDENTES.

GAL-EVENTOS es un proyecto de cooperación que responde a la **necesidad de optimizar** las importantes **infraestructuras** existentes en Galicia para la celebración eventos (ferias y congresos, entre otros) e incrementar la **competitividad de las empresas especializadas** en su organización y del elevado número de **empresas proveedoras de servicios** que están implicadas en su realización. Este conglomerado de organizaciones y empresas (generalmente Pymes y microempresas) conforman una **cadena de valor de alto potencial para el desarrollo regional**, en la medida que los eventos son una de las principales **herramientas de marketing de los diferentes sectores empresariales**, con una alta incidencia en sus **ventas y proyección de sus marcas en el ámbito nacional e internacional**. Así mismo, los **eventos** por su poder de atracción de participantes y visitantes tienen un importante impacto en la actividad de turística y en la generación de una **mayor visualización de la marca Galicia**.

Esta propuesta de proyecto **GAL-EVENTOS**, ha sido promovida conjuntamente por la **Fundación Ferias y Exposiciones de Ourense (Expourense)** y el **Instituto Ferial de Vigo (IFEVI)**, respondiendo a las **inquietudes y demandas de cooperación existentes en el conjunto de la actividad**, manifestadas en diferentes foros sectoriales y de coordinación con las Administraciones Públicas (presentes en los órganos de dirección de las infraestructuras feriales y congresuales), para hacer frente a la crisis y responder a los nuevos retos que se plantean como consecuencia de la necesidad de cambio de modelo productivo y la **relevancia de la innovación y la internacionalización en una economía basada en el conocimiento que permita un crecimiento más equilibrado, diversificado y sostenible**.

En los últimos tiempos se ha avanzado en el **movimiento asociativo de los diferentes subsectores de la actividad**, tanto por parte de las empresas de organización de eventos (OPC Galicia), como por parte de los gestores de infraestructuras con la reciente creación de la Asociación de Feiras de Galicia y

la Asociación de Palacios de Congresos de Galicia, integradas en sus correspondientes federaciones a nivel nacional. Si bien, existe una **necesidad de avanzar en la cooperación integral** de todos estos agentes públicos y privados implicados en la organización de eventos (infraestructuras y empresas especializadas) que también incluya a los proveedores de servicios, es decir a **toda la cadena de valor**. Esta **necesidad de cooperación integral se ha manifestado y refrendado por unanimidad en la reunión del 27 de octubre de 2011 del FORO de CONVERGENCIA FERIAAL convocada por la Dirección Xeral de Comercio de la Xunta de Galicia**. Esta propuesta de avanzar hacia la consolidación de una red que integre a toda la cadena de valor fue presentada en una **reunión celebrada el 13 de enero del presente año a la que asistieron representantes de empresas organizadoras de eventos, proveedores directos, palacios de congresos y recintos feriales**.

El **sector de infraestructuras y empresas relacionadas con la organización de eventos**, está sufriendo en los últimos años un descenso importante de actividad derivado de la crisis actual, la dificultad de acceso a la financiación, el incremento de los costes y de una insuficiente modernización en la estrategia de negocio, especialmente en lo que respecta a su cartera de servicios para responder a las nuevas necesidades y exigencias de los clientes.

Por otro lado en Galicia existen, tanto a nivel de las infraestructuras (14) como de las empresas organizadoras de eventos (133), unos recursos y capacidades con potencial para un mejor desarrollo y generación de valor. En cuanto a las **infraestructuras**, Galicia cuenta con número importante de palacios de congresos y recintos feriales, en muchos casos infrutilizados, pero con unas instalaciones y posicionamiento competitivo medio-alto con relación al conjunto de España. En cuanto a las **empresas de organización de eventos y empresas proveedoras relacionadas**, existe una cierta especialización pero con un tamaño medio insuficiente para generar economías de escala que a pesar de las capacidades desarrolladas limitan el acceso a mayores recursos. En general, el sector cuenta con un importante nivel de fidelización de clientes, existiendo experiencias de éxito y de desarrollo de negocio que pueden actuar como tractoras y dinamizadoras de la actividad. Galicia cuenta con un importante número de **ferias internacionales** y en los últimos tiempos existen algunas

experiencias de estrategias de desarrollo de mercados, incluso internacionales, entre las organizaciones y empresas más dinámicas de organización de eventos y relacionadas.

En la tabla siguiente se recoge un DAFO sintético de la situación actual de las actividades principales de la cadena de valor que representan las infraestructuras (ferias y congresos) y las entidades o empresas organizadoras de eventos:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> Número importante de infraestructuras, con instalaciones y actividades con un posicionamiento medio y medio-alto, con presencia en todo el territorio. Existencia de experiencias de éxito en la organización de eventos y el desarrollo del negocio, con potencial de efecto demostrativo. Existencia de un número importante de ferias internacionales, que facilitan incrementar el nivel de internacionalización de los sectores y organizaciones clientes. Si bien, en algún caso con poca repercusión internacional. Nivel importante de fidelización de clientes, en un mercado de descenso de la demanda, que requieren nuevos planteamientos o formatos en la organización de eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> Existencia de importantes sectores empresariales en Galicia con demanda de apoyo para una mayor visualización de sus productos/servicios y transferencia de conocimiento, tanto a nivel nacional como internacional. Progresivo incremento de una cultura de valorización de la organización de eventos como una importante herramienta de marketing entre las empresas y otras organizaciones. Importantes avances en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y, de la sociedad de la información, que facilitan la innovación de productos y servicios. Existencia de apoyos institucionales (UE, España, Galicia) para la modernización e internacionalización de las empresas y el desarrollo de la marca asociada al país, que pueden ser una importante fuente de financiación para la celebración de eventos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> Existencia de infraestructuras infrutilizadas, en un contexto de incremento de costes de mantenimiento, con estructuras de dirección y gestión insuficientes para el desarrollo y sostenibilidad del negocio. Insuficiente nivel de desarrollo tecnológico en nuevas tecnologías (TIC) en algunas infraestructuras que limitan la innovación de productos/servicios. Limitada dimensión de las empresas de organización de eventos y proveedoras de servicios relacionados, que requieren de estrategias de cooperación para aprovechar las sinergias existentes. Necesidades en el sector de nuevos conocimientos y competencias de los recursos humanos que faciliten el cambio y la implantación de las innovaciones en productos/servicios y tecnologías requeridas por los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Situación de crisis económica y restricciones de acceso al crédito que limita la capacidad de los clientes para la organización de eventos, y dificulta la mejora competitiva del sector. Importante descenso en Galicia, cuando no desaparición, de las subvenciones directas de las administraciones públicas, que dificulta la viabilidad de algunas infraestructuras y pone en primera línea la necesidad de búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la innovación de productos servicios y la cooperación. Situación geográfica de Galicia que dificulta el poder de atracción de los eventos, especialmente los de carácter internacional, por los costes y tiempos de desplazamientos de personas y productos de los clientes.

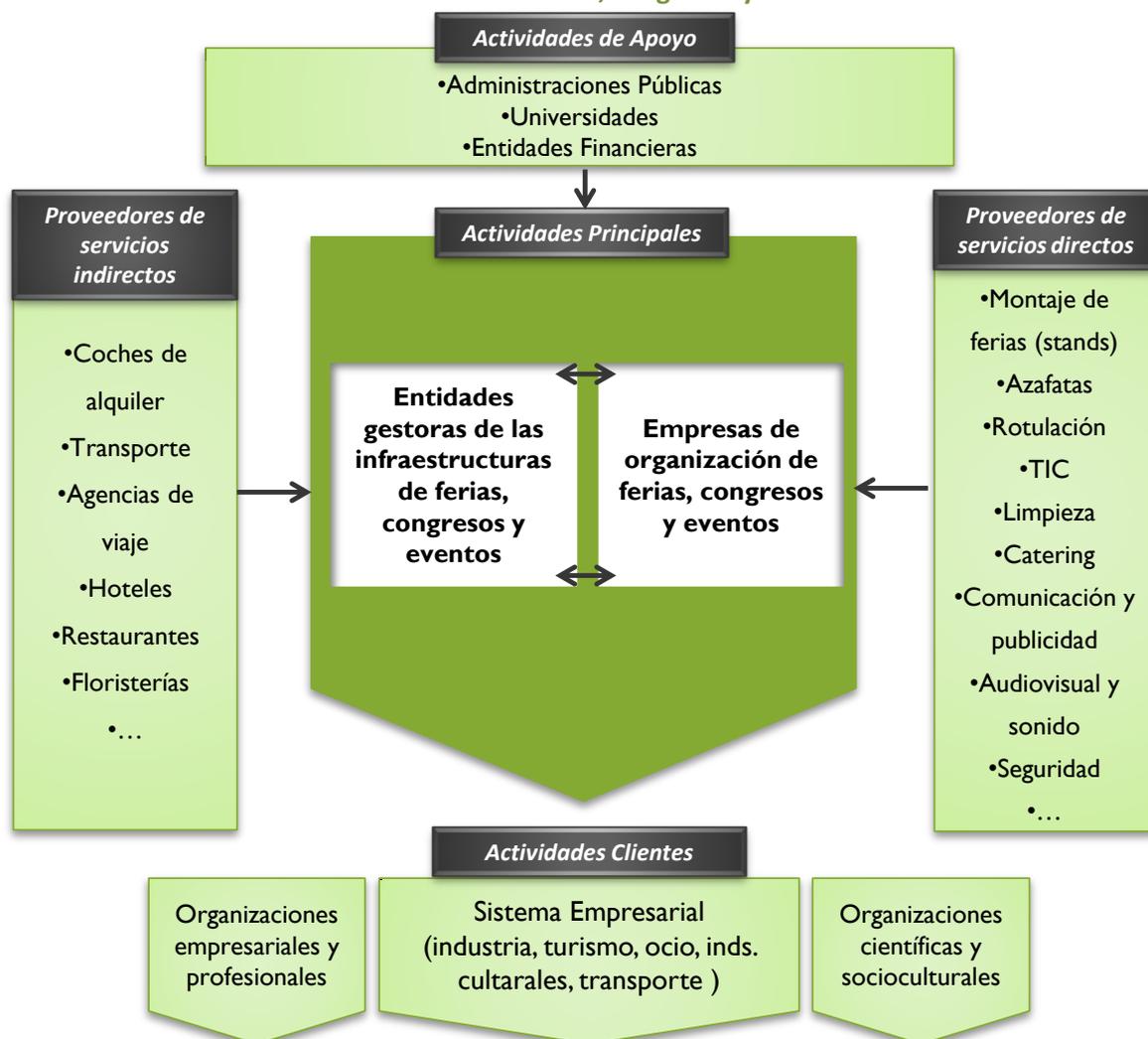


En este contexto, se refuerza la necesidad de la cooperación integral para generar sinergias que posibiliten al sector aprovechar las oportunidades potenciando las fortalezas, y neutralizar las amenazas reduciendo las debilidades existentes. Es a través del establecimiento de una **red de cooperación de todos los agentes públicos y privados que intervienen en la cadena de valor de la organización de eventos (GAL-EVENTOS)**, como se hace más competitivo y con ello se facilita el posicionamiento de los sectores u organizaciones clientes. En definitiva, **un sector más competitivo que a través de la innovación, la internacionalización y la transferencia de conocimiento, haga más visible nuestras empresas y el propio territorio, generando más riqueza y empleo en el mismo.**

1.2. SÍNTESIS DEL PROYECTO.

El proyecto **GAL-EVENTOS** persigue la puesta en marcha de un modelo de **dinamización y puesta en valor de las infraestructuras** (recintos feriales, palacios de congresos) y de las actividades empresariales especializadas en la **organización de eventos**, así como de otros agentes públicos o privados relacionados, como pueden ser: **proveedores de servicios directos e indirectos, otras actividades de apoyo, y actividades clientes** (empresas, organizaciones científicas, profesionales y socioculturales).

Figura 1
Actividades de Ferias, congresos y eventos.



Fuente: Elaboración propia.

Para afrontar los retos que se presentan en las actividades relacionadas con la organización de eventos en Galicia se plantean los siguientes **objetivos finales e intermedios**:

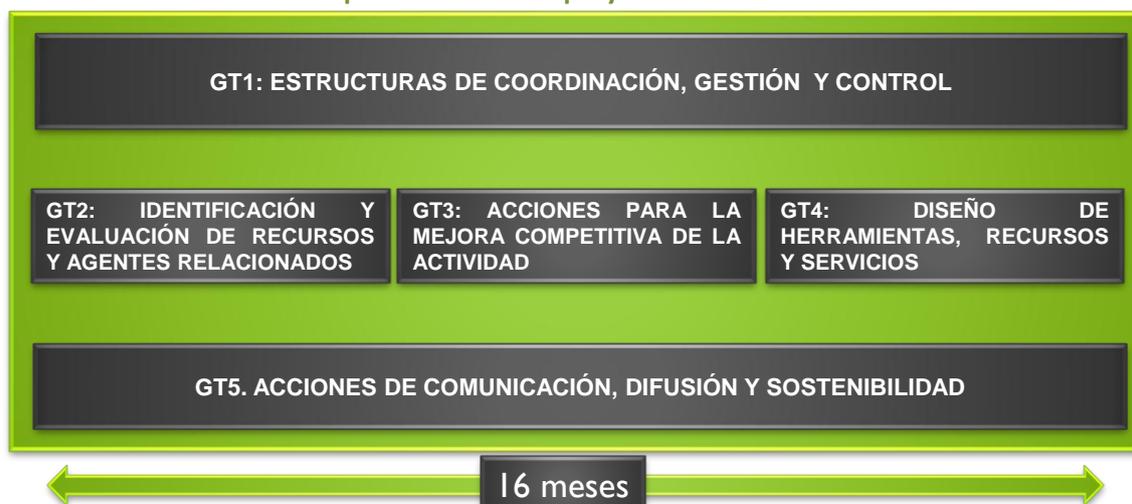
La **finalidad** del proyecto GAL-EVENTOS es **convertir a Galicia en un espacio de calidad y de referencia internacional en la organización de ferias, congresos y otros eventos que contribuya, a través de la cooperación y la innovación, a la competitividad empresarial y al desarrollo sociocultural, generando más valor y empleo en el territorio.**

Para ello es necesario cumplir con los siguientes **objetivos intermedios** para garantizar el éxito del objetivo final del proyecto:

- 1. Fomentar el desarrollo de ferias, congresos y otros eventos en Galicia**, potenciando la coordinación y la cooperación entre todos los agentes públicos y privados relacionados.
- 2. Favorecer** a través de la creación de una **red estable o clúster, el intercambio de conocimiento y experiencias** entre todos los agentes relacionados, para favorecer la eficiencia en la gestión de las infraestructuras y empresas organizadoras de eventos, así como la calidad de servicio a las empresas y organizaciones clientes.
- 3. Constituir un foro de análisis y debate de los problemas comunes de todos los agentes relacionados**, para impulsar la mejora continua de los procesos y servicios prestados, a través de la transferencia de conocimiento, el aprendizaje la innovación y la internacionalización.
- 4. Impulsar un plan de comunicación como instrumento de marketing al servicio de las empresas y otros usuarios**, para favorecer su competitividad y posicionamiento internacional e incrementar el atractivo de Galicia para la celebración de ferias, congresos y otros eventos.

Para ello se ha planteado un proyecto que desarrollará **5 Grupos de Tareas (GT)** con una duración de **16 meses** (abril 2012-julio 2013), tal como se refleja en la Figura 2. En el epígrafe 4.3. y 5.1 de este documento se puede consultar el despliegue de acciones que contiene cada Grupo de Tareas

Figura 2
Grupos de Tareas del proyecto GAL-EVENTOS.



Fuente: Elaboración propia

Los principales resultados que se esperan conseguir a través de las diferentes fases contempladas, son:

Tabla 1
Resultados del proyecto GAL-EVENTOS.

Cód.	RESULTADO
R1	Conocimiento profundo del sector que permitirá la mejora competitiva continua
R2	Impacto económico y social positivo de las actividades en las áreas de influencia
R3	Desarrollo de una red estable de agentes del sector
R4	Potenciación de la cooperación intersectorial e institucional
R5	Dinamización de flujos de información y de la comunicación 2.0
R6	Impulso de la innovación en el sector
R7	Mejora de la transferencia del conocimiento y del empleo
R8	Incremento de la calidad y sostenibilidad: contribución al desarrollo sostenible
R9	Incremento de la actividad económica del sector
R10	Mejora del nivel de internacionalización del sector.

El proyecto **GAL-EVENTOS** a través de los resultados esperados, tendrá unos importantes impactos en el territorio que se pueden sintetizar en los siguientes:

- **Mayor visibilidad de las marcas empresariales y la marca Galicia que impulsará la internacionalización empresarial**, a través de una mayor y mejor organización de eventos aprovechando las sinergias existentes.
- **Mayor generación de empleo y riqueza**, a través de la mejora de la **competitividad empresarial** por la transferencia de conocimiento, impulso de la calidad y la innovación, atributos que definen a los eventos como herramientas de marketing.
- **Reducción de la brecha digital**, a través de una mayor hibridación de las nuevas tecnologías en el desarrollo de los productos/servicios relacionados con los eventos.
- Impulso a la **convergencia con Europa**, a través del desarrollo del conjunto del sistema empresarial y la cohesión social y territorial.
- **Estabilización de la población y aumento de la cohesión social**, a través de la generación de nuevos puestos de trabajo gracias al incremento de la actividad empresarial, así como mediante la realización de eventos de tipo social y cultural

En el epígrafe 5.3. de este documento se desarrollan con mayor detalle estos impactos y su relación con los resultados, a través de una matriz de cruce.



COHERENCIA Y COMPLEMENTARIEDAD CON LAS POLÍTICAS EUROPEAS, NACIONALES Y REGIONALES

2. COHERENCIA Y COMPLEMENTARIEDAD CON LAS POLÍTICAS EUROPEAS, NACIONALES Y REGIONALES.

	17
2.1. CONTRIBUCIÓN A LA ESTRATEGIA Y OBJETIVOS DEL PROGRAMA OPERATIVO FEDER GALICIA 2007-2013, EN SUS RESPECTIVOS EJES PRIORITARIOS. _____	17
2.2. VINCULACIÓN Y COHERENCIA CON LAS POLITICAS COMUNITARIAS. _____	20
2.3. COHERENCIA CON LAS POLÍTICAS NACIONALES Y REGIONALES. _____	22
2.4. CONTRIBUCIÓN A LA AGENDA DE LISBOA, GOTEMBURGO Y A LOS PRINCIPIOS TRANSVERSALES DE IGUALDAD Y SOSTENIBILIDAD _____	24

2. COHERENCIA Y COMPLEMENTARIEDAD CON LAS POLÍTICAS EUROPEAS, NACIONALES Y REGIONALES.

Este apartado analiza la **coherencia de la formulación estratégica con las Directrices de la Comisión Europea** en el ámbito de la política de cohesión para el período 2007-2013 (Directrices Estratégicas Comunitarias), la Estrategia de Lisboa, traducida por el Gobierno español en su Programa Nacional de Reformas 2005-2008, así como el propio FEDER u otras normativas de carácter regional. Este análisis es fundamental para asegurar que la implementación de los objetivos del proyecto producirá efectos beneficiosos sobre el conjunto del territorio corroborando su validez

2.1. CONTRIBUCIÓN A LA ESTRATEGIA Y OBJETIVOS DEL PROGRAMA OPERATIVO FEDER GALICIA 2007-2013, EN SUS RESPECTIVOS EJES PRIORITARIOS.

Cabe destacar que tal y como indica el **Programa Operativo Fondo Europeo de Desenvolvimento Regional (FEDER) Galicia 2007-2013**, la Comunidad Autónoma gallega experimentó una importantísima transformación en lo que se refiere a asociacionismo y a la cooperación interempresarial, lo que demuestra una clara **voluntad de todos los sectores de actividad gallega de aunar esfuerzos en la consecución de una economía especializada, tecnológicamente avanzada y altamente competitiva**. Claro ejemplo de esta voluntad fue la creación en los últimos años de un importante número de “clusters” y plataformas tecnológicas, en torno a las cuales se agrupan las empresas e industrias de cada sector de actividad, con el fin último de fomentar la cooperación entre todos los agentes del sector, promoviendo la innovación, internacionalización y la competitividad del tejido empresarial.

Como ejemplo paradigmático destacan el clúster del automóvil y el Centro Tecnológico de la Automoción de Galicia, y su buen hacer al crear una importante industria auxiliar alrededor de las actividades de fabricación de automóviles. Además del CEAGA, Galicia cuenta con importantes clusters en los sectores de la madera, acuicultura, naval y alimentario, entre otros. Recientemente, se sentó las bases para el desarrollo del clúster de las TIC, un

paso más cara la consecución del objetivo europeo de lograr una economía competitiva basada en el conocimiento digital. Más recientemente, a finales del año 2011 se constituía formalmente el Clúster de Logística y Transporte de mercancías de Galicia, cuya misión es liderar el desarrollo integral de las actividades de logística y transporte de Galicia bajo criterios de excelencia, calidad y eficiencia a través de la cooperación e innovación. En el ámbito servicios, Galicia también cuenta con clusters de referencia como por ejemplo la Asociación Empresarial Innovadora Termal de Galicia (AEITEGAL), que tiene por fin liderar las actividades de turismo de salud y bienestar y convertir a Galicia en un destino turístico de excelencia a través de la cooperación, la innovación, la sostenibilidad, la accesibilidad y la calidad.

Para contribuir al desarrollo de Galicia a través de la cooperación, este proyecto incide en el Eje Prioritario 2 del Programa Operativo FEDER Galicia 2007-2013: desarrollo e innovación empresarial, que conjuntamente con los otros seis ejes pretende el objetivo de la convergencia.

EJE PRIORITARIO 2: Desarrollo e Innovación Empresarial

Si bien, también recoge aspectos relacionados con el Eje Prioritario 1 relacionado con la innovación, desarrollo de la sociedad de la información y el uso de las TIC.

A grandes rasgos **este proyecto ayuda a impulsar y dinamizar la economía regional de Galicia**, haciendo de esta comunidad un **enclave atractivo en el que invertir y trabajar**, de igual modo que **incrementa la competitividad del sistema empresarial gallego** en su conjunto, debido a la transversalidad de las principales actividades que son objeto de este plan, ya que **los eventos son una de las herramientas de marketing y de transferencia del conocimiento más importantes y eficaces del que puede hacer uso el sistema empresarial de un territorio**

GAL-EVENTOS contribuye en gran medida a la consecución de los objetivos propuestos por el Programa Operativo FEDER Galicia 2007-2013, pues fomenta la innovación empresarial a través del uso de herramientas de **transferencia del conocimiento y el impulso de la cooperación empresarial**. Además apoya la **inversión empresarial** con el objetivo de mejorar la

proyección internacional de Galicia así como complementa las **políticas sectoriales**, especialmente en lo relativo al desarrollo tanto local como regional de una forma sostenible.

Como consecuencia de todo lo anterior, **GAL-EVENTOS** contribuiría directamente a la consecución de los **objetivos finales 1 y 2 del PO FEDER Galicia**:

- OF1** Impulsar y Dinamizar la economía regional haciendo de Galicia un lugar más atractivo para invertir y trabajar.
- OF2** Incrementar la competitividad del tejido productivo gallego a través del conocimiento y la innovación.

También ayudará a alcanzar algunos de los objetivos intermedios (**OI6, OI8, OI10 y OI15**, entre otros):

- OI6** Fomentar la innovación empresarial e impulsar las iniciativas de cooperación empresarial orientadas de cara a la producción, difusión y la utilización de nuevos conocimientos por las empresas
- OI8** Apoyar la inversión empresarial en aras de una mejora en la proyección internacional y en el acceso a la financiación.
- OI10** Contribuir a la adaptación de los trabajadores mejorando las cualificaciones necesarias para la economía del conocimiento y que permitan prolongar la vida laboral.
- OI15** Complementar las políticas sectoriales, especialmente en la dotación de servicios de interés económico general y en el desarrollo económico sostenible de zonas de alto potencial de crecimiento

En definitiva, **contribuirá a alcanzar el Objetivo global, conduciendo a Galicia hacia la convergencia económica y ayudará de forma definitiva a hacer de la Comunidad Autónoma gallega una región más competitiva, es decir, impulsará la convergencia en términos de crecimiento y empleo gracias al fomento de una economía basada en el conocimiento.**

2.2. VINCULACIÓN Y COHERENCIA CON LAS POLÍTICAS COMUNITARIAS.

Este proyecto está estrechamente vinculado con la formulación **estratégica de las políticas comunitarias**, teniéndose también en cuenta la proyección de las **Directrices Estratégicas Comunitarias (en adelante DEC)**. Así, en los siguientes párrafos se clarificará cuáles son aquellos aspectos fundamentales en los que este proyecto ayudará a dar cumplimiento a las DEC:

En un primer bloque, por lo que concierne al **DEC 1** referente a la idea de **“Hacer de Europa y de sus regiones, lugares más atractivos en los que invertir y trabajar”**, con la puesta en marcha de este proyecto, se pretende atraer inversiones a una región como es la de Galicia, para ello un sector transversal como el de ferias, congresos y eventos se convierte en una pieza fundamental del engranaje, ayudando a promocionar Galicia más allá de sus fronteras. Gracias a la realización de eventos, especialmente con aquellos de carácter internacional se consigue una proyección mucho más amplia que a través de otros canales, dado que son muchas las empresas con presencia en mercados globales las que acuden a este tipo de actos buscando oportunidades de negocio y lugares donde invertir.

Uno de los pilares fundamentales sobre los que se asienta este proyecto es **aumentar la capacidad de innovación y de adaptabilidad a los cambios de las organizaciones y Pymes que vienen realizando su actividad en el sector de ferias, congresos y eventos en Galicia**, ya que sólo así conseguirán la competitividad que de ellas se espera y que les garantiza la supervivencia en un mundo globalizado y con fuerte competencia. De este modo, este proyecto garantizará su permanencia y sostenibilidad, además de **reforzar la solidez del tejido empresarial gallego en general y del sector de eventos en particular**. En este sentido, el objetivo de GAL-EVENTOS se vincula también con el **DEC 2** relativo a la **“Mejora de los conocimientos y de la innovación a favor del crecimiento”**, puesto que para este sector la necesidad de modernización e innovación se convierte en algo imprescindible para crecer y generar sinergias con otros sectores económicos, dado que los **eventos son foros de encuentro para los proveedores, fabricantes y clientes**.

Por otro lado, las peculiares características del tejido empresarial gallego, han hecho que proliferaran las Pequeñas y Medianas Empresas en detrimento de las grandes estructuras empresariales, de tal forma que la formación y especialización del Capital Humano no ha sido todo lo eficiente que podía. Por ello, a través de **Gal-Eventos** se propiciará de forma determinante la **mejora del Capital Humano**, incidiendo específicamente sobre una formación especializada que se considera clave para comprender las peculiaridades de este sector empresarial, así como para **dotar a las personas de capacidades imprescindibles en el actual marco laboral**, mediante la detección de las necesidades de formación y de la realización de las acciones de reciclaje pertinentes a todos los niveles (directivos, mandos intermedios y productivos)

A través de **GAL-EVENTOS**, se creará una **red permanente de actores** del sector, que profundizará en la transferencia de conocimientos, lo que redundará en la generación de empleos y en la mejora constante del mercado laboral, dotándolo de mayor estabilidad. Es en este sentido en el que ayudará firmemente a Galicia en su objetivo por converger con Europa mediante la consecución de la **DEC 3**, denominada como **“Más y Mejores puestos de trabajo”**.

Finalmente, este proyecto no pierde de vista la idea de **desarrollo socioeconómico sostenible**, pues se centra de forma determinante en impulsar el crecimiento económico a la vez que garantiza la sostenibilidad de los territorios. A través de la **red de GAL-EVENTOS**, se dotará a los territorios de cohesión social, y se establecerán redes paralelas de contacto entre Galicia y otras regiones españolas, europeas e incluso a nivel mundial, cumpliendo con los objetivos que emanan de las directrices territoriales, especialmente a través del **desarrollo de eventos internacionales**.

Del mismo modo, que como se contempla en los párrafos anteriores GAL-EVENTOS impulsará de forma determinante el desarrollo y cumplimiento de las DEC, también constituye una importante y fundamental herramienta para el impulso de los objetivos contenidos en el **MECEGA**, dados sus objetivos compartidos.

2.3. COHERENCIA CON LAS POLÍTICAS NACIONALES Y REGIONALES.

En consecuencia con los objetivos intermedios del Programa Operativo FEDER a los que este proyecto afecta y la relación existente entre éstos y los ejes del **Programa Nacional de Reformas de España (PNR)**, **GAL-EVENTOS** **ayudaría a dar cumplimiento a 3 de los 7 ejes del PNR**. En primer lugar, y con relación al **Plan de Fomento Empresarial**, a través del impulso a la creación de nuevas empresas, la capacidad de innovación e internacionalización del conocimiento de éstas. En segundo lugar, **fomentando el I+D+i**, a través de los programas CENIT y AVANZA por medio de una mayor colaboración público-privada o el impulso e integración de nuevas tecnologías, facilitando así el cumplimiento de la **Estrategia I+D+i (INGENIO 2010)**. Por último también se fomenta el empleo estable y cohesión social, apoyando la contratación indefinida y la igualdad de oportunidad.

Así, en cuanto al **Plan Estratégico de Galicia 2010-2014** en su objetivo por apoyar la implementación de un **nuevo modelo productivo**, pasa por hacer hincapié en aquellos factores que permitan sentar las bases para un crecimiento sostenible desde un punto de vista tanto territorial como medioambiental.

Para conseguir este objetivo apunta a favorecer las condiciones para la innovación y la investigación en el ámbito empresarial, con el objeto de mejorar la competitividad del sistema empresarial gallego en un contexto globalizado, así como al establecimiento de políticas industriales de cara a la mejora de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas mediante **la constitución de clusters o redes permanentes de actores** como la que se creará a través de **GAL-EVENTOS**.

Este proyecto que se presenta, actúa sobre los fines relativos a la mejora de la competitividad, y el impulso de estrategias de innovación e internacionalización de las actividades desarrolladas principalmente por las Pymes. Este objetivo debe ir necesariamente acompañado de elementos o herramientas que aumenten la **cooperación entre todos los actores del tejido empresarial gallego**, para lo que a constitución de **clusters y redes de empresas** es un elemento fundamental.

De igual modo, es destacable que desde los distintos niveles de las Administraciones Públicas se están desarrollando una serie de **políticas públicas de apoyo a las organizaciones de tipo clúster**. En la Unión Europea, por ejemplo, se creó un Observatorio Europeo de Clúster (“European Cluster Observatory”). Esta entidad, actualmente, tiene registradas cerca de 1.400 organizaciones de tipo clúster de todos los sectores de actividad en la Unión Europea de los 27, de los cuales más de 100 pertenecen a España. En España, las políticas de apoyo a clúster derivaron en las estructuras formales denominadas como “**Agrupaciones Empresariales Innovadoras**” (AEI), en las que se remarca el papel de la **cooperación y la innovación** como elementos esenciales para la mejora competitiva de las Pymes. De este modo, son más de 100 las entidades que alcanzaron este reconocimiento.

Por otra parte, la Xunta de Galicia, puso en marcha una política de **creación y consolidación de los clusters empresariales de Galicia**, como medida para fortalecer la competitividad de la Comunidad Autónoma, basándose en la más **amplia cooperación interempresarial**, y paliando los inconvenientes que pudieran derivarse de los problemas de tamaño y coordinación que poseen las Pymes gallegas. Reflejo de esto es que en Galicia un 95,5% de las empresas son microempresas, y más de la mitad del total no tienen asalariados. En este sentido **GAL-EVENTOS** constituirá una **red estable de actores en el sector de ferias, congresos y eventos**, basado en la cooperación y unión de los agentes del sector aprovechándose de las ventajas de generar pequeñas economías de escala, llegando en conjunto donde por sí solas las empresas no podrían llegar.

En este sentido fue aprobada la **Ley 13/2011, de 16 de diciembre, reguladora de la política industrial de Galicia**, que pretende favorecer las condiciones para mejorar el tamaño de las empresas industriales, especialmente Pymes, impulsando su crecimiento, objetivo que en parte puede venir dado por un apoyo expreso a la política de clusters y una mayor cooperación susceptible de desembocar en fusiones o concentraciones empresariales de mayor escala.

La **innovación, internacionalización y competitividad empresarial son, junto a la sostenibilidad medioambiental y la formación del capital humano**, los ejes sobre los cuales pivota cualquier política industrial, y que

como se ha señalado en el apartado anterior **GAL-EVENTOS** contribuirá de forma estable a mejorar e impulsar.

En definitiva, la Ley, desde la eficacia y eficiencia de unos recursos públicos siempre escasos, trata de converger con los objetivos de la denominada **Estrategia Europa 2020**, sobre cuyos elementos y objetivos clave llego a un acuerdo el Consejo de Europa de 26 de marzo de 2010 y donde la finalidad esencial de la Unión Europea y por tanto de Galicia también, es alcanzar un **crecimiento inteligente, sostenible e integrador**. Desde este punto de vista, también se debe tener muy presente que esta política constituye una de las principales herramientas para dar cumplimiento a los **objetivos establecidos en el Programa Operativo del FEDER 2007-2013** de Galicia.

Así, los fines de la Ley de política industrial de la Xunta de Galicia más acordes con este proyecto pasan por el **desarrollo de la innovación** y del **tejido empresarial**, a través del fomento de la actividad industrial, del estímulo de la **calidad**, atendiendo las necesidades específicas de las Pymes, de cara a favorecer la **internacionalización** y la **atracción de inversiones**, lo que en conjunto mejoraría la competitividad de la economía gallega.

Por otro lado, indudablemente **GAL-EVENTOS** al constituirse como una **red estable** de actores **fomenta la creación y el desarrollo de clusters empresariales en Galicia**, a la vez que se contribuye a potenciar el capital humano de las empresas y el desarrollo del talento y la creatividad, a través de una formación empresarial y laboral específica.

2.4. CONTRIBUCIÓN A LA AGENDA DE LISBOA, GOTEMBERGO Y A LOS PRINCIPIOS TRANSVERSALES DE IGUALDAD Y SOSTENIBILIDAD

La **Estrategia de Lisboa** fija como objetivo estratégico de la Unión el **refuerzo del empleo, la reforma económica y la cohesión social**. Así, el Consejo Europeo de Lisboa se marcó el objetivo de convertir la economía de la Unión en *"la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de un crecimiento económico duradero acompañado por una mejora cuantitativa y cualitativa del empleo y una mayor cohesión social"*.

Para ello sería necesario **caminar hacia una sociedad y economía basadas en el conocimiento, reforzar la competitividad e innovación, modernizar el modelo social europeo** invirtiendo en recursos humanos y luchando contra la exclusión social, y **mantener sana la evolución de la economía y las perspectivas de crecimiento** de las políticas macroeconómicas.

Para la consecución de estos objetivos, **GAL-EVENTOS** contempla entre otras acciones, la creación de un sistema de **vigilancia competitiva** capaz de captar, analizar, y difundir información precisa sobre el entorno socioeconómico, tecnológico, o comercial; relevante para las actividades relacionadas con la celebración de ferias, congresos y eventos, promoviendo así una economía más competitiva y dinámica, capaz de proporcionar un crecimiento económico duradero.

Por otro lado, a través de **GAL-EVENTOS** se incidirá de forma clara sobre el **impulso a la modernización e introducción de las Nuevas Tecnologías de la Información y el Conocimiento** en el sector, facilitando el acceso a software específico que aumentará la eficacia y eficiencia de estas empresas y al mismo tiempo se potenciando la inversión en investigaciones que incidan sobre aquellos aspectos fundamentales a la hora de mejorar y aumentar la competitividad de un sector transversal a toda la economía.

Además una mayor y mejor actividad ferial, congresual y de otros eventos ayudará a la **creación de empleo, lo cual repercute directa e indirectamente sobre la economía de las localidades que acojan este tipo de eventos**, así como en la **generación de una mayor cohesión social** estabilizando a la población, consecuencia ésta, que también se deriva de la celebración de eventos de tipo cultural y social.

Ahora bien, se debe tener en cuenta que existe también una **renovada Agenda de Lisboa que extiende su actuación hasta el año 2020**, así en cuanto a los objetivos que propugna esta renovada Agenda de Lisboa, figura el de extender los elementos de la **gobernanza y el buen gobierno** por toda la Unión, en este sentido, **GAL-EVENTOS** constituirá un **interlocutor fiable, representativo y permanente del sector en Galicia**. A través de su estructura

interna se facilitará el **contacto de las organizaciones y empresas con la Administración Pública y viceversa**, la Administración gozará de un interlocutor al que dirigirse, **facilitando** también el **proceso de generación de políticas públicas** que afecten al sector, dado que en GAL-EVENTOS estarán representadas una importante masa crítica de empresas y entidades, en definitiva todos los actores del sector con actividad en Galicia.

Por su parte, la **Agenda de Gotemburgo**, añadió a la anterior un **componente medioambiental**, al proponer una estrategia de desarrollo sostenible que suponga una **administración responsable de los recursos naturales, mejorando la calidad de vida y el bienestar de las generaciones presentes y futuras**, vinculando el desarrollo económico, la protección del medio ambiente y la justicia social.

En este sentido, desde **GAL-EVENTOS se promoverá el esfuerzo para la consecución de certificados de calidad y gestión ambiental sostenible** por parte de las entidades del sector en Galicia, así mismo se impulsarán acciones de sensibilización y orientación de cara al ahorro energético, generando una mayor eficacia y eficiencia de los recursos naturales.

De igual modo que este proyecto velará por desarrollar una economía más competitiva, el desarrollo sostenible y la protección del medioambiente, también lo hará por la **igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, garantizando la igualdad de oportunidades a la hora de acceder a los puestos de trabajo**.

Para que todas las organizaciones y empresas que formen parte de **GAL-EVENTOS** conozcan buenas prácticas y técnicas de responsabilidad social, se elaborará y difundirá un **Manual de Buenas Prácticas y un Manual de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**, que ayudará a las empresas a elegir cuál es la estrategia que mejor se adapta a cada caso, incidiendo así en el **desarrollo socioeconómico sostenible**.



JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD Y PERTINENCIA DEL PROYECTO

3. JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD Y PERTINENCIA DEL PROYECTO.	29
3.1. VALOR AÑADIDO REGIONAL Y EUROPEO. _____	29
3.2. VALOR AÑADIDO EMPRESARIAL Y ECONÓMICO. _____	32
3.3. ASPECTOS INNOVADORES Y COMPLEMENTARIEDAD. _____	34
3.4. RESULTADOS ESPERADOS E IMPACTO. _____	37
3.5. SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO. _____	40

3. JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD Y PERTINENCIA DEL PROYECTO.

En este apartado se justificará por qué es necesario e imprescindible para Galicia desarrollar un proyecto como el que supone **GAL-EVENTOS**, cuyo **objetivo último es el desarrollo del tejido empresarial gallego para aumentar su competitividad y situarlas en el mercado global.**

Así, en un **primer apartado**, se hará referencia al valor añadido que aporta este proyecto al proceso de integración europeo, teniendo en cuenta las especiales necesidades de Galicia. De igual modo, se refleja en el **segundo apartado** el valor añadido que genera el proyecto no sólo con respecto a su sector de actividad sino para todo el conjunto del tejido empresarial. Posteriormente en el **tercer apartado**, se expresa cómo va a complementar GAL-EVENTOS a otras iniciativas existentes, al mismo tiempo que clarifica cuáles son los aspectos innovadores sobre los que gira esta idea, que va a permitir generar una serie de resultados e impactos que se explican en el **cuarto apartado**. Finalmente, como elemento esencial de todo proyecto se expone en el **quinto apartado**, de manera sintética, como se dará continuidad al proyecto más allá de su ejecución.

3.1. VALOR AÑADIDO REGIONAL Y EUROPEO.

Como ya se ha señalado, este proyecto se centra de forma especial en el **desarrollo e innovación del tejido empresarial gallego** de tal forma que se eleve su **competitividad** y se aumente la **visibilidad de Galicia en la Unión Europea**, contribuyendo así al desarrollo socioeconómico de las regiones que la integran.

Una de las cuestiones de mayor importancia para lograr que este crecimiento socioeconómico se produzca de una forma sostenida en los territorios y regiones de la Unión Europea, es la **generación de sinergias tanto internas como externas** que ayuden al proceso de integración europea, de tal

forma que se **reduzcan las desigualdades existentes entre las diferentes regiones y unidades territoriales** que integran la Unión Europea.

En el proceso de integración europea se persigue por lo tanto la **convergencia total** entre las regiones que conforman la Unión. En este sentido, Galicia debe avanzar y situarse a la altura del resto Europa, sobre todo en aquellos aspectos que conciernen a la **Sociedad de la Información y del Conocimiento y a la reducción de la importante brecha digital** que todavía existe en el territorio, dado que ello contribuiría de forma relevante al desarrollo e innovación empresarial, lo que a su vez llevará a la **estabilización de la población y a mejorar la cohesión social**.

Es importante resaltar el hecho de que tradicionalmente, las empresas gallegas no han sido capaces de modernizarse y adaptarse a los cambios de la economía globalizada y dinámica actual, en parte como consecuencia directa de la estructura del **tejido empresarial gallego excesivamente atomizado y con gran tendencia a la creación de microempresas**, que en su mayoría poseen estructuras de organización y gestión poco eficaces que lastran su crecimiento económico y su expansión. En este sentido, las empresas gallegas deben **recorrer** todavía un gran camino para **situarse a la vanguardia de las empresas europeas en términos de competitividad**.

Así, para reducir estas diferencias sobre todo en lo que concierne a los elementos asociados a la **brecha digital y a la modernización empresarial**, la creación de una **red de actores** como la que se propone en **GAL-EVENTOS** constituye una pieza clave del engranaje que **impulsará a Galicia hacia la convergencia total con el resto de Europa**. Ello es así por dos motivos fundamentales que se explican a continuación.

Por un lado **GAL-EVENTOS integrará a las organizaciones de un sector transversal y clave en la economía gallega, proporcionándoles asesoramiento e impulsando la formación específica** que permita a los gestores de las mismas, convertirse en verdaderos **expertos en gestión del conocimiento** en sus empresas, **optimizando sus estructuras organizativas** y aumentando consecuentemente su eficacia y eficiencia, garantizando de este

modo la posibilidad de invertir en recursos de I+D+i, que mejoren su competitividad, y las sitúe al nivel de las empresas europeas de este sector.

En segundo lugar, con unas **empresas mejor posicionadas globalmente**, será mucho más fácil **aumentar la visibilidad de Galicia en Europa**, hecho al cual ayudará la creación de **GAL-EVENTOS** dado que **promoverá iniciativas de tipo internacional que fomenten la cooperación interempresarial**, tanto entre empresas de la actividad de ferias, congresos y eventos, como con las demás actividades empresariales dado que al tratarse de un sector transversal, repercutirá positivamente sobre todo el tejido empresarial.

Gracias a estas actuaciones, Galicia se convertirá en un **territorio mucho más atractivo para vivir y trabajar**, dado que el **incremento de la actividad** del sector que se conseguirá con este proyecto, promoverá la **estabilidad laboral y la generación de nuevos puestos de trabajo**, no solo directos, sino que también provocará la creación de empleos indirectos, ya que esta es una actividad con una clara incidencia económica en los territorios donde se realizan este tipo de actos, principalmente a través de sectores como el comercio, el turismo o el transporte entre otros.

En definitiva, **GAL-EVENTOS contribuirá de manera esencial a los objetivos del proceso de integración europeo, gracias a la convergencia de Galicia con Europa, reduciendo las diferencias en términos de competitividad que existen entre las empresas gallegas y las europeas, ayudando a la vertebración económica y social del territorio gallego.**

3.2. VALOR AÑADIDO EMPRESARIAL Y ECONÓMICO.

La puesta en marcha de este proyecto, incidirá de forma determinante en el aumento de la competitividad de las organizaciones y Pymes del sector, que a través de su vinculación con **GAL-EVENTOS como primera red de actores de esta actividad** que se crea, persiguen su **incorporación a la cadena de generación de valor añadido del tejido empresarial de Galicia**. Así, al término del proyecto, **GAL-EVENTOS** se habrá vertebrado de tal forma que se dispondrá de las capacidades suficientes para que esta red de empresas y entidades pueda ofrecer un **servicio global** tal y como se les exige en el actual contexto económico y empresarial.

En este sentido, **la cooperación es uno de los aspectos fundamentales en el marco de las pequeñas y medianas empresas** predominantes en las actividades relacionadas con la celebración de ferias, congresos y eventos de Galicia. Por ello, este proyecto incidirá en el aumento del tamaño empresarial de tal forma que se logre incrementar las capacidades competitivas y la mejora de la eficiencia del conjunto de estas actividades, mediante el **aprovechamiento de las sinergias y de las economías de escala** que se generen.

Dentro de este marco de cooperación necesaria es imprescindible **incrementar la cooperación y colaboración entre empresas, así como buscar una mayor participación en redes de actores integradas**. Es en este sentido, en el que **GAL-EVENTOS** jugará un papel fundamental, pues aúna los esfuerzos individuales de las entidades y empresas del sector en busca de un mismo objetivo común: **aumentar la eficacia y eficiencia de las de las empresas de ferias, congresos y eventos en aras del impulso de su competitividad, para de este modo poder concurrir a los mercados internacionales**. En este sentido, se **identificarán los principales factores clave para la cooperación** entre organizaciones y empresas que se eruirán en los elementos clave para la **puesta en práctica de acciones conjuntas**.

Por su parte, el poder **concurrir en igualdad de condiciones a un mercado globalizado y fuertemente competitivo** como el actual es una

condición irremplazable para garantizar el éxito y supervivencia de las empresas. Esta necesidad, en el sector que nos ocupa está todavía más latente que en otros sectores, pues **a través de la celebración de ferias, congresos y eventos** en general y en particular los de carácter internacional se consigue que muchas **empresas amplíen su abanico de servicios y comiencen su actividad en nuevos mercados de carácter internacional**, pues suponen un importante escaparate para las empresas como elemento de márketing y promoción que son. Por ello, este proyecto **potenciará la realización de un mayor número de ferias, congresos y eventos de carácter internacional en la Comunidad Autónoma de Galicia**, dado que las empresas que acuden a este tipo de actos consiguen formar con facilidad una red de contactos y una cartera de clientes a todos los niveles (regional, nacional e internacional) que de otra forma sería de difícil consecución, **GAL-EVENTOS contribuirá de este modo a la internacionalización del tejido empresarial gallego y a la atracción de inversiones productivas a Galicia**, para lo que se proponen actuaciones encaminadas a la **detección de nuevas oportunidades de negocio y a la extensión de las buenas prácticas** empresariales del sector.

Como consecuencia de esta apertura del sistema empresarial gallego, Galicia cobrará una **mayor visibilidad a nivel internacional** y las organizaciones y Pymes gallegas aumentarán su posicionamiento fuera de Galicia, creciendo así el **protagonismo de las marcas gallegas en el contexto global**. Por otro lado, la mayor proyección de Galicia fuera de sus fronteras también propiciará que **empresas extranjeras inviertan en el territorio**, llegando incluso al establecimiento de centros productivos en la comunidad. Teniendo en cuenta este hecho, **GAL-EVENTOS facilitará el conocimiento del mercado internacional por parte de las empresas gallegas al mismo tiempo que llevará la marca Galicia más allá de sus fronteras**, a través de la organización de **eventos que obtengan el carácter de excelencia** que hoy en día se requiere para alcanzar y garantizar la mayor proyección internacional.

En este sentido, con el objetivo de promocionar y dar a conocer Galicia y sus infraestructuras en el contexto internacional, **GAL-EVENTOS** propone el establecimiento de una **red de contactos permanente entre entidades aglutinadoras de empresas como los clústers a nivel regional, nacional y**

comunitario, dado que esta es una excelente forma de propiciar el **intercambio de conocimientos**. Además, al ser ésta una actividad transversal a todos los sectores de la economía, a través del contacto permanente se logrará ofrecer la oferta de infraestructuras y organización de eventos en el territorio gallego a empresas que de otro modo carecerían de esta información, lo que es de vital importancia para el progreso del sector en Galicia. Con este mismo objetivo se elaborará un **plan de comunicación y difusión** que acerque a las organizaciones y pymes del sector a Europa, a la vez que dé a conocer este sector de actividad gallego entre las empresas europeas.

3.3. ASPECTOS INNOVADORES Y COMPLEMENTARIEDAD.

Otro de los ejes sobre los que pivota este proyecto, es **la generación de sinergias con otros proyectos existentes tanto en la Comunidad Autónoma de Galicia como a nivel nacional o comunitario**, así se erige como uno de los pilares fundamentales de **GAL-EVENTOS** el mantenimiento y formación de **una red de interlocución con las Administraciones Públicas**. De este modo, se garantizará la existencia de un interlocutor relevante, dada la importante masa crítica que comprenderá esta red formada por los principales actores de las actividades relacionadas con la celebración de ferias, congresos y eventos de Galicia. Así, se **facilitará el proceso de generación de políticas públicas** y se complementarán las acciones puestas en marcha desde las Administraciones Públicas para alcanzar este fin.

Siguiendo esta misma línea, **GAL-EVENTOS** es **sinónimo de avance en el impulso a la Gobernanza**, dado que a través del **contacto permanente entre la Administración Pública y esta red de actores** se evitarán y detectarán los solapamientos y duplicidades que existen en la actualidad, minimizando las ineficiencias administrativas y aumentando el impacto económico.

De otro lado el **sistema de vigilancia competitiva** que se creará con la entrada en funcionamiento de **GAL-EVENTOS** permitirá detectar cuáles son, y

dónde se encuentran **las principales sinergias y oportunidades de cooperación con otros sectores económicos**. Esto es, se detectará cuáles son los principales sectores susceptibles de establecer un sistema estable de cooperación, diseñando posibles estructuras que garanticen su perdurabilidad en el tiempo, involucrando a todos los actores implicados en el proceso de diseño de estas estructuras, aunando esfuerzos en pro del crecimiento conjunto.

En este sentido, **GAL-EVENTOS** posee un **planteamiento totalmente innovador en la Comunidad Autónoma de Galicia**, además, va más allá de una simple experiencia asociativa, dado que aglutina los intereses de todo un sector en el que tradicionalmente ha pervivido el individualismo y el localismo para **incrementar su competitividad y aprovechar las ventajas que ofrecen las economías de escala**.

De este modo, las ferias, congresos y eventos son **elementos que facilitan la generación de alianzas comerciales estables entre los participantes** de estos eventos, sin embargo, a través de **GAL-EVENTOS** se complementará esta perspectiva a través de conversión de este tipo de actividades en **verdaderas herramientas al servicio de la transferencia de conocimientos, mediante el intercambio de experiencias para la generación de conocimiento compartido y el impulso de buenas prácticas empresariales**, potenciando así, el objetivo de la economía del conocimiento en Galicia.

Para el cumplimiento de este objetivo, nuevamente vuelve a ser necesaria e insustituible la **generalización del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación entre los actores del sector**, por ello GAL-EVENTOS incidirá en el fomento de la difusión de técnicas en auge como pueden ser **el e-bussines o el e-learning, conjuntamente con otras herramientas TIC y del mundo 2.0** que permiten la interacción constante entre usuarios y administradores. Se pretende así aportar un importante impulso a favor de la reducción de la brecha digital y del incremento de la modernización en Galicia.

Se debe tener en cuenta que **GAL-EVENTOS promueve la innovación en la forma tradicional de plantear las ferias, congresos y eventos**, dándoles

un nuevo sentido, más acorde con el actual contexto de especialización y competencia, en el que es necesario concurrir al mercado con garantías de competitividad. Así, se producirá:

- a. Una **hibridación en cuanto al concepto tradicional de ferias, congresos y eventos**, a través de la adición de elementos innovadores que aumentan el valor añadido de este tipo de actos y de la celebración de actos y eventos que obtengan el carácter de excelencia a nivel internacional.
- b. Una **hibridación en cuanto a medios**, promoviendo el uso de técnicas específicas que hasta el momento en Galicia todavía no se han desarrollado lo suficiente, alternando los tradicionales eventos de tipo presencial con otros virtuales, o incluso realizando eventos mixtos o potenciando el uso de herramientas 2.0 entre otros.
- c. Una **hibridación en cuanto a ámbito geográfico**, sumando a las iniciativas regionales, nacionales e internacionales ya existentes otras en las que convivan estos tres ámbitos de actuación y que permitan a las empresas locales conocer las estrategias y técnicas seguidas por las empresas punteras a nivel internacional. Se habla así de eventos en los que nazca una nueva perspectiva: la perspectiva glocal, esto es, potenciar los elementos endógenos y tradicionales de la región a la vez que se integren las nuevas técnicas punteras que se desarrollan a nivel internacional.
- d. Una **hibridación en cuanto a sectores**, ya que lo que se conseguirá a través de **GAL-EVENTOS** es no sólo implicar al sector de ferias, congresos y eventos en Galicia, sino que se creará una importante red de actuación que impulsará las sinergias de actuación entre los diferentes sectores de la economía dada que la transversalidad de este sector actuará como tractor de otras actividades, a través de la involucración en el diseño del evento de la organización de actividades paralelas a la feria, congreso o

evento que se celebre, como por ejemplo jornadas, conferencias, seminarios o encuentros empresariales entre otros.

Para la consecución de este cambio de perspectiva en torno a la celebración de este tipo de actos, es prácticamente indispensable la inversión en I+D+i, hecho que **GAL-EVENTOS** potenciará y sobre el que pondrá importante énfasis a lo largo del desarrollo del proyecto, ya que se considera como uno de los pilares fundamentales para garantizar la sostenibilidad en el tiempo de esta red de actores.

En definitiva, **la puesta en marcha de este proyecto, significará una evolución cuantitativa y cualitativa de este sector de actividad, supondrá un giro hacia la modernización y la innovación, ofreciendo una nueva visión del concepto de evento tradicional, que permitirá a las empresas del mercado gallego competir con sus homólogas del mercado internacional concurriendo a los mercados en igualdad de condiciones.**

3.4. RESULTADOS ESPERADOS E IMPACTO.

La finalidad del proyecto GAL-EVENTOS es **convertir a Galicia en un espacio de calidad y de referencia internacional en la organización de ferias, congresos y otros eventos** que contribuya, a través de la cooperación y la innovación, a la competitividad empresarial y al **desarrollo sociocultural, generando más valor y empleo en el territorio**. Para ello es necesario cumplir con una serie de objetivos intermedios para garantizar el éxito del objetivo final del proyecto.

En primer lugar, y como eje fundamental, se debe tratar de favorecer a través de la **creación de una red estable o clúster, el intercambio de conocimiento y experiencias entre todos los agentes relacionados, para favorecer la eficiencia en la gestión de las infraestructuras y empresas organizadoras de eventos, así como la calidad de servicio a las empresas y organizaciones clientes.**

En esta línea, gira la idea de **formar a los profesionales** del sector de ferias, congresos y eventos, otorgándoles una cualificación específica que les permita enfrentarse de manera satisfactoria a los retos que actualmente presenta este sector, y que **ofrezca a los clientes una solución global a sus problemas, garantizando por lo tanto el mejor servicio posible en términos de calidad** y estimulando el mercado y la demanda de este tipo de servicios.

Así mismo, a través de este proyecto se pretende establecer un **foro permanente de análisis y debate de los problemas comunes de todos los agentes relacionados**, para impulsar la mejora continua de los procesos y servicios prestados, a través de la transferencia de conocimiento, el aprendizaje la innovación y la internacionalización.

Como **garantía del impulso a la transferencia del conocimiento**, con **GAL-EVENTOS** se pretende crear **una importante red de relaciones y de cooperación** que elimine las tradicionales dificultades del acceso a los recursos derivada de los problemas del tamaño empresarial, pero lo que se propone aquí **no es sólo la cooperación y generación de sinergias entre las empresas del sector, sino con otros clusters o redes de actores**, alcanzando resultados que por sí solos no podrían obtener. De este modo se formaría una importante **masa crítica que aglutinará una gran cantidad de actores e intereses** en aras del incremento de la competitividad y búsqueda de la excelencia.

Por último, se favorecerá el **aumento de la competitividad y el incremento del posicionamiento internacional de Galicia** a la hora de la celebración de ferias, congresos y eventos, y se pondrá en marcha un amplio **plan de comunicación** como instrumento de marketing al servicio de las empresas y otros usuarios.

En definitiva, **a través de la puesta en marcha de este proyecto y el cumplimiento de estos objetivos se espera alcanzar una serie de resultados** entre los que destacan los que se muestran a continuación:

Cód.	RESULTADOS
R1	Conocimiento profundo del sector que permitirá la mejora competitiva continua
R2	Impacto económico y social positivo de las actividades en las áreas de influencia
R3	Desarrollo de una red estable de agentes del sector
R4	Potenciación de la cooperación intersectorial e institucional
R5	Dinamización de flujos de información y de la comunicación 2.0
R6	Impulso de la innovación en el sector
R7	Mejora de la transferencia del conocimiento y del empleo
R8	Incremento de la calidad y sostenibilidad: contribución al desarrollo sostenible
R9	Incremento de la actividad económica del sector
R10	Mejora del nivel de internacionalización del sector.

Por otro lado, desde el punto de vista de las **economías locales**, el desarrollo de un proyecto de este tipo, permitirá reactivar una buena parte de su economía, gracias a la **repercusión que la celebración de este tipo de actos genera en sectores clave** como el **comercio, el turismo o el transporte** entre otros, sin olvidarnos de aquellos que prestan servicios complementarios directamente relacionados con estos eventos como azafatas o arquitectura efímera entre otros. De este modo GAL-EVENTOS supondrá la **dinamización de las economías locales y la generación de puestos de empleo en torno a la actividad, tanto directa como indirecta**, generando impactos indirectos en la totalidad de la región y en especial en las localidades receptoras de este tipo de actos. Así, por ejemplo entre estos **impactos indirectos** deseados se pueden resaltar los siguientes:

- Incremento de la actividad empresarial en las zonas receptoras.
- Generación de nuevos puestos de trabajo.

- Estabilización de la población y cohesión social.
- Dinamización de la economía regional y local.
- Mayores tasas de intercambio cultural, y de conocimiento de las empresas y de la cultura gallega en el exterior.

Además, con el objetivo de **incrementar este tipo de impactos esperados**, se debe **fomentar el desarrollo de ferias, congresos y otros eventos de excelencia y con proyección a nivel internacional en Galicia**, potenciando la coordinación y la cooperación entre todos los agentes relacionados.

Finalmente, la creación de **GAL-EVENTOS repercutirá de forma directa en la Administración Pública a través de una mayor eficiencia a la hora de la generación de políticas públicas**, puesto que esta red de actores, actuará como **interlocutor y aglutinador** de los intereses del sector, contribuyendo como ya se ha dicho a la maximización de la eficacia de las Administraciones Públicas y a su acercamiento a los agentes que operan en el territorio.

3.5. SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO.

Uno de los aspectos fundamentales que busca cualquier proyecto en su supervivencia y sostenibilidad en el tiempo, y en el caso de **GAL-EVENTOS** esta búsqueda de la **perdurabilidad temporal se convierte en fundamental**, puesto que es una de las condiciones irremplazables para el éxito del proyecto que garantiza y asegura el cumplimiento de los objetivos de competitividad previstos.

Los cimientos sobre los que se asienta esta **garantía de continuidad** están en la **formación de una gran red de actores que actúen de forma entrelazada formando nodos y nexos que aglutinen los elementos comunes**. Una red de actores de este tipo, sólida y fuerte, es prácticamente imposible de romper.

Esta red de **organizaciones y empresas de actividades de ferias, congresos y eventos en Galicia**, definirá durante la fase de ejecución del proyecto una estructura sólida en la que se integrarán las diferentes tipologías de asociados que se definan, cuyos derechos y obligaciones se recogerán en unos **estatutos de régimen interno**.

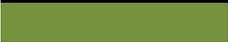
De la misma forma, en este período inicial se prevé realizar una importante cartera de contactos a integrar en la red y en el clúster, por lo que la **captación de adhesiones** será otra de las líneas de actuación básica.

También se contempla la obligación de los socios de abonar una **cuota de tipo anual** que permita el funcionamiento operativo de **GAL-EVENTOS** más allá del proceso de ejecución. Para ofrecer una contraprestación a esta cuota, se **diseñará una cartera de servicios que el clúster ofrecerá a sus asociados**, como por ejemplo la capacidad de asesoramiento en materia de internacionalización y modernización, o el acceso a formación específica entre otras. Además, se pondrá en marcha una plataforma web 2.0 de tipo colaborativo que permita la interacción constante entre todos los socios del clúster, a la vez que facilita su promoción y difusión conjunta.

A este tipo de servicios que se pondrán en funcionamiento, se le sumarán otros que se detecten como necesarios, tras la realización de un **análisis y diagnóstico de la actividad**, que harán que los socios vean repercutida la cuota y que ésta les sea devuelta en forma de un importante ahorro de costes y de maximización de los beneficios que incremente su competitividad.

Por otra parte, se completará la estructura formal del clúster a través de una **secretaría técnica** que realizará las operaciones básicas de **seguimiento y control de las actuaciones puestas en marcha**, además de otras funciones que se le otorguen en los citados estatutos de régimen interno. Esta secretaría técnica trabajará al mismo tiempo, en la **búsqueda de financiación tanto pública como privada** que a través de colaboraciones o ayudas pueda conseguir el clúster para el desarrollo de sus actuaciones.

Así, son muchas las ventajas que un proyecto de este tipo tiene para una Comunidad Autónoma como es la gallega, por lo que a lo largo del proceso de implantación y ejecución del proyecto, se trabajará también en la **difusión y**



promoción de las ventajas que generará el mismo y de la importancia de su mantenimiento en el tiempo para garantizar estas ventajas competitivas más allá del horizonte temporal de la ejecución del proyecto, propiciando de este modo el apoyo que por parte tanto de entidades privadas como de entidades públicas que se vean beneficiadas por la existencia de **GAL-EVENTOS**.

Todas estas acciones encaminadas a mantener el proyecto en el tiempo, se recogerán en un **plan de sostenibilidad**, de forma que se identifiquen cuales son las principales necesidades y oportunidades así como las principales acciones a emprender para la continuidad del mismo, **asegurando su perdurabilidad y sostenimiento más allá de la implementación del proyecto**



ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACCIONES A REALIZAR

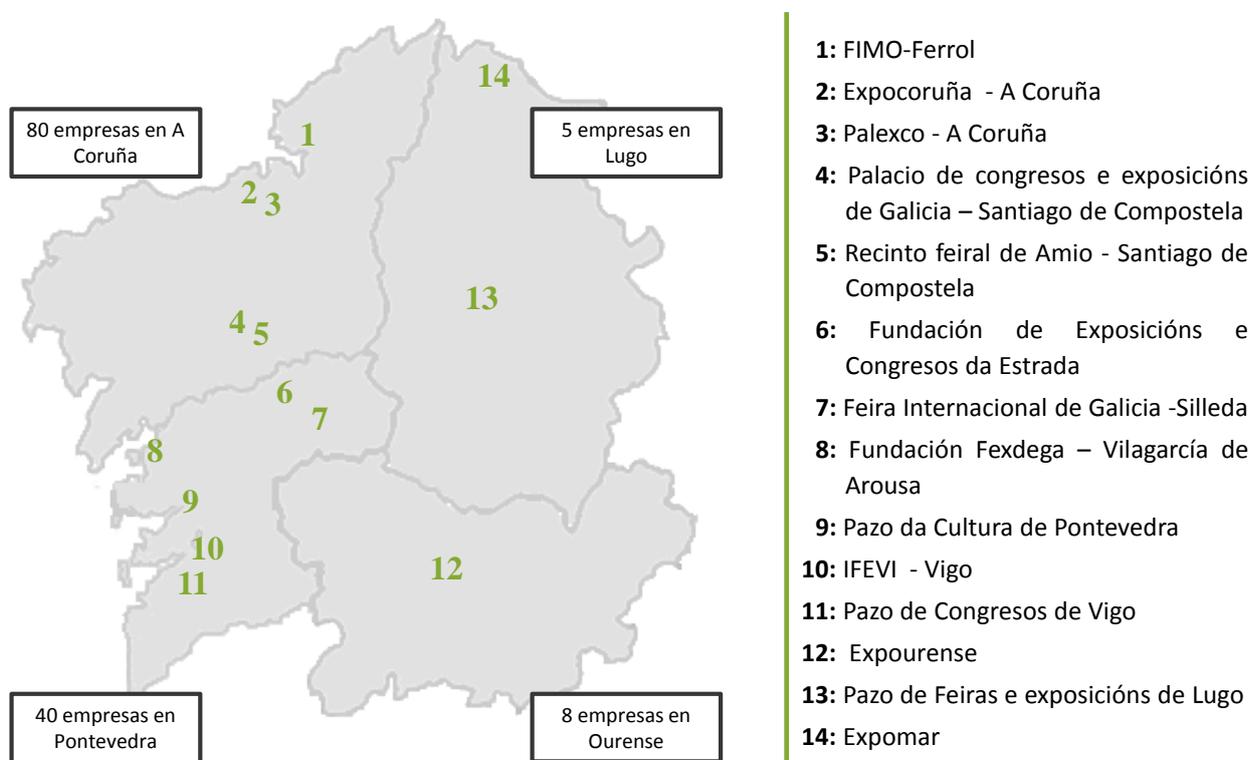
4. ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACCIONES A REALIZAR.	45
4.1. DEFINICIÓN DE LA RED DE EVENTOS. _____	45
4.2. ANÁLISIS DEL CONTEXTO. _____	50
4.2.1. Situación y tendencias de las actividades de ferias, congresos y eventos. _____	50
4.2.2. Principales magnitudes de la celebración de ferias, congresos y eventos en Galicia. _	52
4.2.3. Efectos de la crisis en el mercado de eventos. _____	56
4.3. GRUPOS DE TAREAS Y ACCIONES. _____	60
4.3.1. Grupo de Tareas 1 (GT1): Estructuras de coordinación, gestión y control. _____	63
4.3.2. Grupo de Tareas 2 (GT2): Identificación y evaluación de recursos y agentes relacionados. _____	65
4.3.3. Grupo de Tareas 3 (GT3): Acciones para la mejora competitiva de la actividad. _____	69
4.3.4. Grupo de Tareas 4 (GT4): Diseño de herramientas, recursos y servicios. _____	73
4.3.5. Grupo de Tareas 5 (GT5): Acciones de comunicación, difusión y sostenibilidad. _____	77

4. ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y DESCRIPCIÓN DE LAS ACCIONES A REALIZAR.

4.1. DEFINICIÓN DE LA RED DE EVENTOS.

El mercado gallego de Ferias, Congresos y Eventos tuvo una fase de consolidación entre los años 1995 y 2004, década en que se consolidaron los principales actores del sector y la mayor parte de las infraestructuras de acogida, como son los recintos feriales o los palacios de congresos.

Figura 3
Distribución de las actividades nucleares de la Red.



Nota: El número de empresas está calculado en base a los datos del SABI tomando como referencia el CNAE 8230 Organización de convenciones y ferias de muestras
Fuente: Elaboración propia.

En este sentido cabe recalcar que existen en esta comunidad **14 centros receptores** de este tipo de actividades, la mayoría de los cuales se encuentran en la mitad occidental de la comunidad, y en general regidos por una fundación o patronato en los que están presentes las administraciones públicas, en particular la Dirección Xeral de Comercio de la Xunta de Galicia, Diputaciones, municipios así como representantes de diferentes entidades socio-económicas. Así mismo en el **CNAE 8230 aparecen registradas 133 empresas de organización de**

eventos. A través de esta estructura (ver Figura 3), **Galicia se consolidó como la tercera comunidad autónoma en organización de certámenes, un paso por detrás de Cataluña y Madrid.**

En cuanto a las actividades que comprenden el sector de eventos, éstas se reflejan en la Figura 4. Así, las **actividades principales** están compuestas por las entidades gestoras de las infraestructuras de ferias y congresos y aquellas otras empresas de organización de eventos.

Figura 4
Actividades de Ferias, congresos y eventos.



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, se encontrarían los **proveedores tanto de servicios directos como indirectos**, que complementan con su trabajo las actividades nucleares. De igual modo también se recogen las entidades que prestan apoyo a

este sector como las Administraciones Públicas, las universidades o las entidades financieras, entre otros.

Por último, en la última parte de la figura se encuentran las **entidades clientes**, es decir, aquellas organizaciones receptoras de los servicios ofertados por las actividades de ferias, congresos y eventos.

Dada la naturaleza de este tipo de actividades, se puede hablar de que se está ante una **actividad transversal**, pues todos los sectores de actividad económicos pueden valerse de la utilización de estas técnicas de marketing directo con el objetivo de mejorar sus servicios, productos y conocimientos. En definitiva, todos los sectores son potenciales usuarios de estas actividades.

Una de las principales características de este tipo de actividades es su **capacidad para generar efectos sobre la práctica totalidad de la economía**. Así, no hay duda de su estrecha relación con el **sistema industrial**, puesto que son las empresas que acuden a este tipo de actos las principales beneficiadas por los mismos. También destacan por su importancia, los efectos que producen la celebración de estos actos sobre la **actividad comercial** del entorno, dado el incremento de la afluencia de personas, incremento que también se ve reflejado en la **actividad turística** (restauración, hospedaje, entre otros) y en los servicios complementarios como **los transportes**.

Como consecuencia de lo anterior, la celebración de ferias, congresos y otros eventos en Galicia tiene la capacidad de generar una imagen de la comunidad, potenciando la **marca Galicia** y facilitando su promoción más allá de los canales tradicionales, tanto a nivel nacional como internacional.

GAL-EVENTOS, abarcaría el conjunto de empresas y organizaciones de Galicia que desarrollen sus actividades, con carácter principal o complementario, en torno a la realización de actividades de celebración de ferias, congresos y otros eventos. En concreto se involucrarían en la red: **las entidades gestoras de las infraestructuras de ferias y congresos y las empresas de organización de eventos**, así como **organizaciones de las actividades laterales y de apoyo** a las actividades principales del sector.

Se puede **conceptualizar con mayor claridad** a qué nos referimos cuándo se habla de una **feria**, una **exposición**, un **congreso**, una **convención** u **otros eventos**. Actos que a priori pueden parecer muy semejantes, pero que como se ve a continuación guardan ciertas diferencias.

Figura 5
Clasificación de los eventos.



Fuente: Elaboración propia.

❖ Ferias y exposiciones.

Las **ferias** son entendidas como un certamen periódico en el que empresas o entidades, generalmente de un mismo sector de actividad exponen sus productos, como respuesta a la necesidad de intercambio comercial, constituyendo este un buen mecanismo de **contacto directo entre los fabricantes y sus clientes y proveedores**. Así, entre las principales ventajas que obtienen los expositores de su participación en las ferias destacan:

1. Consecución de un gran número de contactos profesionales, tanto nacionales como internacionales, en un muy breve período de tiempo.
2. Proximidad y contacto directo con los clientes, con existencia además de un feedback directo.
3. Permiten conocer en un breve espacio de tiempo los avances tecnológicos e innovaciones de un sector o grupo de actividades.

Por último, las **exposiciones**, se diferencian de las ferias en que las primeras buscan principalmente la promoción cultural, social o científica, entre

otros aspectos, frente al carácter de tipo más comercial que presentan las ferias, que consiguen más fácilmente generar una imagen de marca y promocionar un determinado producto o servicio.

❖ **Congresos y convenciones.**

Ambas actividades tienen en común tratarse de reuniones para personas con intereses comunes o miembros de una asociación, bien sea esta local, regional, nacional o internacional, que se reúnen para realizar un intercambio de conocimientos, ideas e información. Más concretamente los **congresos** acostumbran a estar impulsados desde asociaciones, federaciones o colegios profesionales, mientras que por otra parte las **convenciones** suelen ser puestas en marcha desde empresas privadas o corporaciones. Estos actos suelen emplear como lugar para su celebración las instalaciones de los Palacios de Congresos, salones de hoteles o incluso las instalaciones de las universidades.

❖ **Otros eventos.**

Existen otros eventos organizados tanto desde el ámbito empresarial/profesional como desde el ámbito público que no pueden ser clasificados dentro de las categorías anteriores como son por ejemplo ruedas de prensa, eventos *outdoor*, jornadas técnicas, presentaciones de productos, conciertos y otras actividades culturales y de ocio, entre otros.

4.2. ANÁLISIS DEL CONTEXTO.

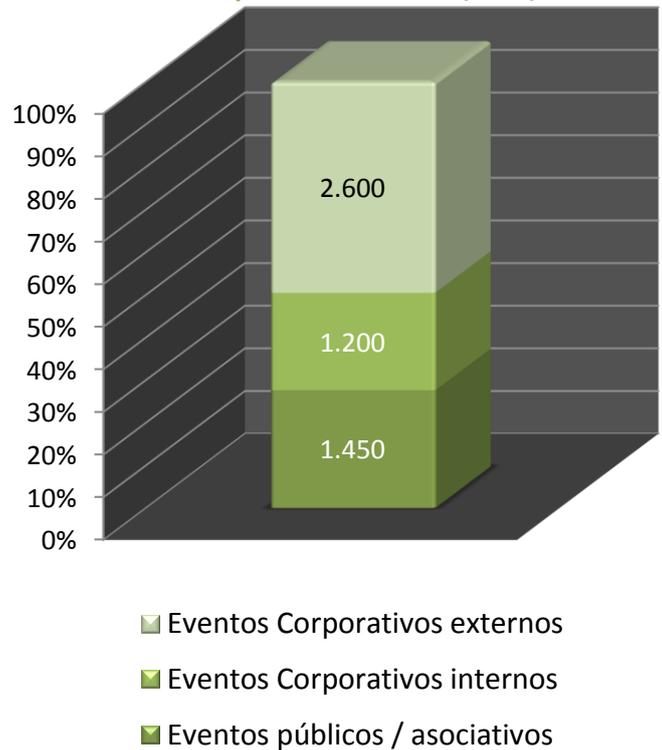
4.2.1. Situación y tendencias de las actividades de ferias, congresos y eventos.

En el año 2007, el **mercado español de eventos representaba entre 5.000 e 6.000 millones de euros**, de los cuales la mayor parte, alrededor de **3.800 millones**, pertenecían al mercado de **eventos corporativos**, bien internos o externos, mientras que el resto, unos **1.450 millones** pertenecían a **eventos públicos o de asociaciones**.

Estudios de marketing realizados en ese mismo año (**2007**), llegaban a la conclusión que el mercado de eventos seguiría creciendo gracias a la mayor inversión en este concepto por parte de las empresas. **Se hablaba por tanto de una perspectiva de crecimiento positiva moderada, si bien se debe tener en cuenta que la situación de crisis actual ha trastocado estas previsiones al constatarse un descenso en la demanda.**

Con respecto al **tipo de eventos organizados por las empresas**, las **ferias ocupan una posición predominante**, de tal forma que la participación en las ferias de referencia es para las empresas, prácticamente indiscutible, priorizando en principio cada vez más este tipo de eventos.

Figura 6
Mercado español de eventos. (2007)

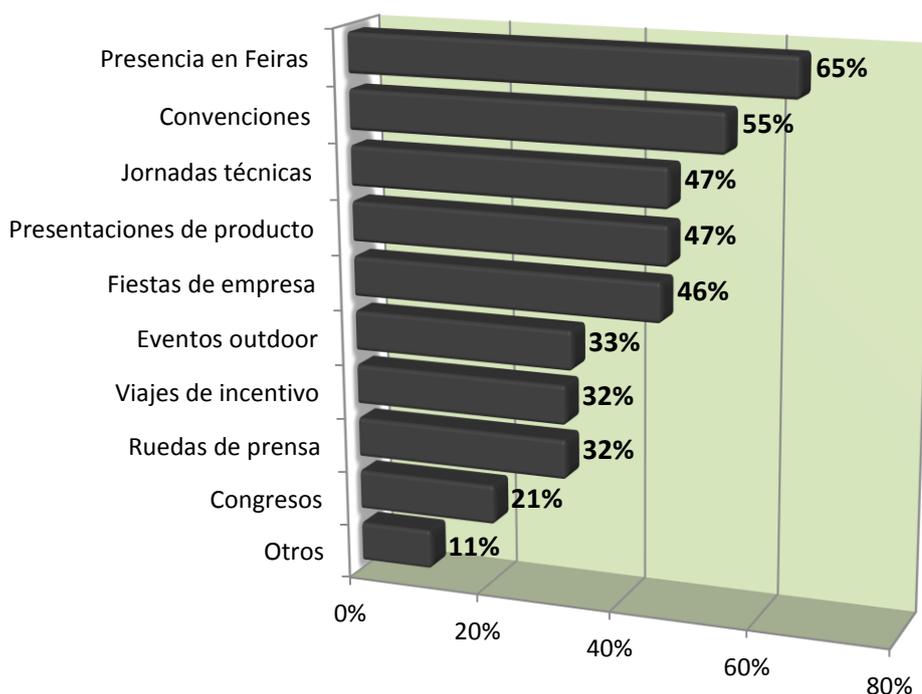


Fuente: Grupo Eventoplus, y Spain Convention Bureau

Como se observa en la Figura 7 la **presencia en ferias y el tipo de evento preferido por la mayoría de las empresas** (65%), seguido de las convenciones (55%) y en tercer lugar por las **presentaciones de productos** (47%).

Además, cada vez son más frecuentes e importantes los **eventos híbridos**, es decir, se siguen realizando eventos presenciales, mientras que éstos se complementan con una **difusión online**.

Figura 7
Eventos organizados por las empresas.



Fuente: Grupo Eventoplus, 2006-

4.2.2. Principales magnitudes de la celebración de ferias, congresos y eventos en Galicia.

Desde el planteamiento inicial de este proyecto, se trabajó en la recopilación de datos estadísticos, si bien hay que señalar la **falta de información del sector**, bien por estar dispersa y elaborada con criterios dispares, bien por ser inexistente en la mayor parte de las ocasiones.

De esta tarea realizada se extrae que las empresas adheridas a la **Asociación Ferial de España (AFE)** representaban en 2010 entre el 90% y el 95% de la actividad de celebración de ferias en Galicia. Según las estadísticas anuales de esta institución, el número de **visitantes a las ferias** gallegas asciende a más de **434.000 personas**, de las cuales cerca de 45.000 pagaron la entrada en ese mismo año. De igual modo, el **número de expositores** en las mismas alcanzó en el mismo año, cifras próximas a los **2.500**.

Tabla 2
Visitantes a las ferias celebradas en Galicia (2008-2010)

		2008	2010	
VISITANTES	IDENTIFICADOS	NACIONALES	29.735	250.695
		INTERNACIONALES	10.830	24.337
	ENTRADAS DE PAGO		45.748	44.227
	PASES REGISTRADOS		365.874	115.059
	TOTAL		452.187	434.318

Fuente: AFE – Asociación Ferial de España

Tabla 3
Expositores en las ferias celebradas en Galicia. (2008-2010)

		2008	2010	
EXPOSITORES	DIRECTOS	NACIONALES	1.975	2.018
		INTERNACIONALES	433	265
		TOTAL	2.408	2.283
	INDIRECTOS	NACIONALES	198	146
		INTERNACIONALES	72	169
		TOTAL	270	315
TOTAL (directos+indirectos)		2.678	2.598	

Fuente: AFE – Asociación Ferial de España

Durante la celebración de estas ferias en Galicia a lo largo del año **2010**, la **superficie empleada** fue **mayoritariamente cubierta**, alcanzando ésta los **122.206 m²** con un **promedio de 3.818 m² por feria**, ambas cifras inferiores a las registradas durante el año 2008.

Por otro lado la **superficie empleada al aire libre** fue menor que la cubierta, suponiendo apenas un total inferior a los **9.700 m² en 2010** y una **media inferior** a los **3.242 m²**. De nuevo, ambas cifras inferiores a las registradas en 2008. Hay que tener en cuenta que esta última media está calculada teniendo en cuenta únicamente las ferias que hace uso de la superficie al aire libre, que son 3 (de 33) en 2010 e 5 (de 32) en 2008.

Tabla 4
Superficie empleada por las ferias celebradas en Galicia (2008-2010)(m²)

				2008	2010	
SUPERFICIE (m ²)	CUBIERTA	NACIONAL	PROMEDIO POR FEIRA	3.684,00	3.570,19	
			TOTAL	103.155,30	110.675,80	
		INTERNACIONAL	PROMEDIO POR FEIRA	1.229,62	524,12	
			TOTAL	24.592,40	11.530,70	
		TOTAL	PROMEDIO POR FEIRA	4.640,76	3.818,96	
			TOTAL	139.222,70	122.206,80	
	AIRE LIBRE	NACIONAL	PROMEDIO POR FEIRA	3.518,60	3.228,83	
			TOTAL	10.780,00	9.686,50	
		INTERNACIONAL	PROMEDIO POR FEIRA	100	3	
			TOTAL	100	3	
		TOTAL	PROMEDIO POR FEIRA	2.176	3.242	
			TOTAL	10.880,00	9.726,50	
	TOTAL (cubierta+aire libre)				150.102,70	131.933,30

Fuente: AFE – Asociación Ferial de España

En lo relativo al número de **países participantes** los datos de los años analizados apenas presentan variaciones, pasando de las 120 representaciones en 2008 a **119 en 2010**.

Tabla 5
Participantes de otros países en las ferias celebradas en Galicia (2008-2010)

		2008	2010
PAISES	Total	120	119
	Media	4	4,50

Fuente: AFE – Asociación Ferial de España

Además en cuanto a la **celebración de ferias a nivel internacional** que tienen lugar en Galicia según el **BOE de 26 de Diciembre de 2011** la relación de Ferias Internacionales de Galicia previstas para el año 2012 en Galicia son las que se listan a continuación:

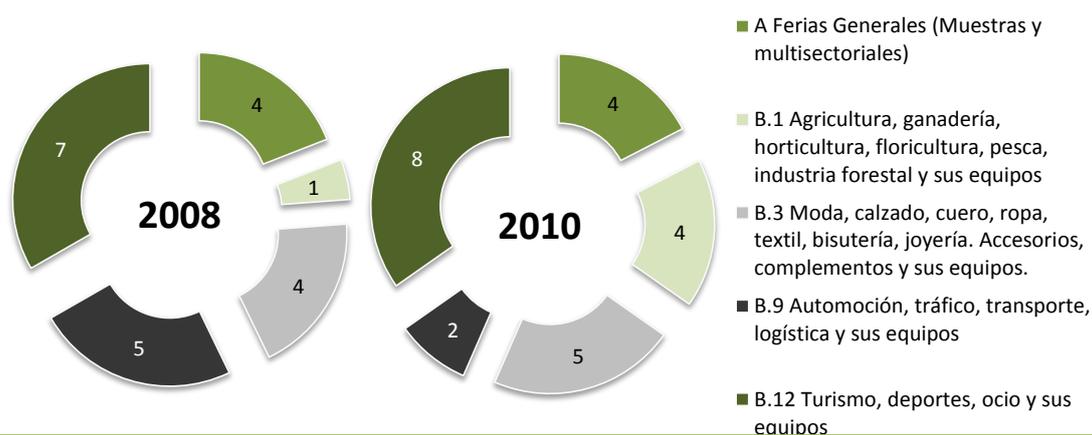
- SICO (Vigo)
- Navalía (Vigo)

- Semana Verde (Silleda)
- Feria internacional de Muestras del Noroeste (Ferrol)
- Termatalia (Ourense)
- Conxemar (Vigo)
- Funergal (Ourense)

Por último, y según los datos proporcionados por las estadísticas de la AFE, en Galicia **destacan cuatro sectores feriales** por el número de ferias del que son objeto, destacando principalmente el sector del **“Turismo, deportes, ocio y sus equipos”** dado que este es el sector sobre el que más eventos se celebran durante los periodos analizados en la Comunidad Autónoma de Galicia.

Tabla 6
Sectores feriales más comunes de las ferias celebradas en Galicia (2008-2010)

Código y Sector Ferial	2008	2010
A Ferias Generales (Muestras y multisectoriales)	4	4
B.1 Agricultura, ganadería, horticultura, floricultura, pesca, industria forestal y sus equipos	1	4
B.3 Moda, calzado, cuero, ropa, textil, bisutería, joyería. Accesorios, complementos y sus equipos.	4	5
B.9 Automoción, tráfico, transporte, logística y sus equipos	5	2
B.12 Turismo, deportes, ocio y sus equipos	7	8



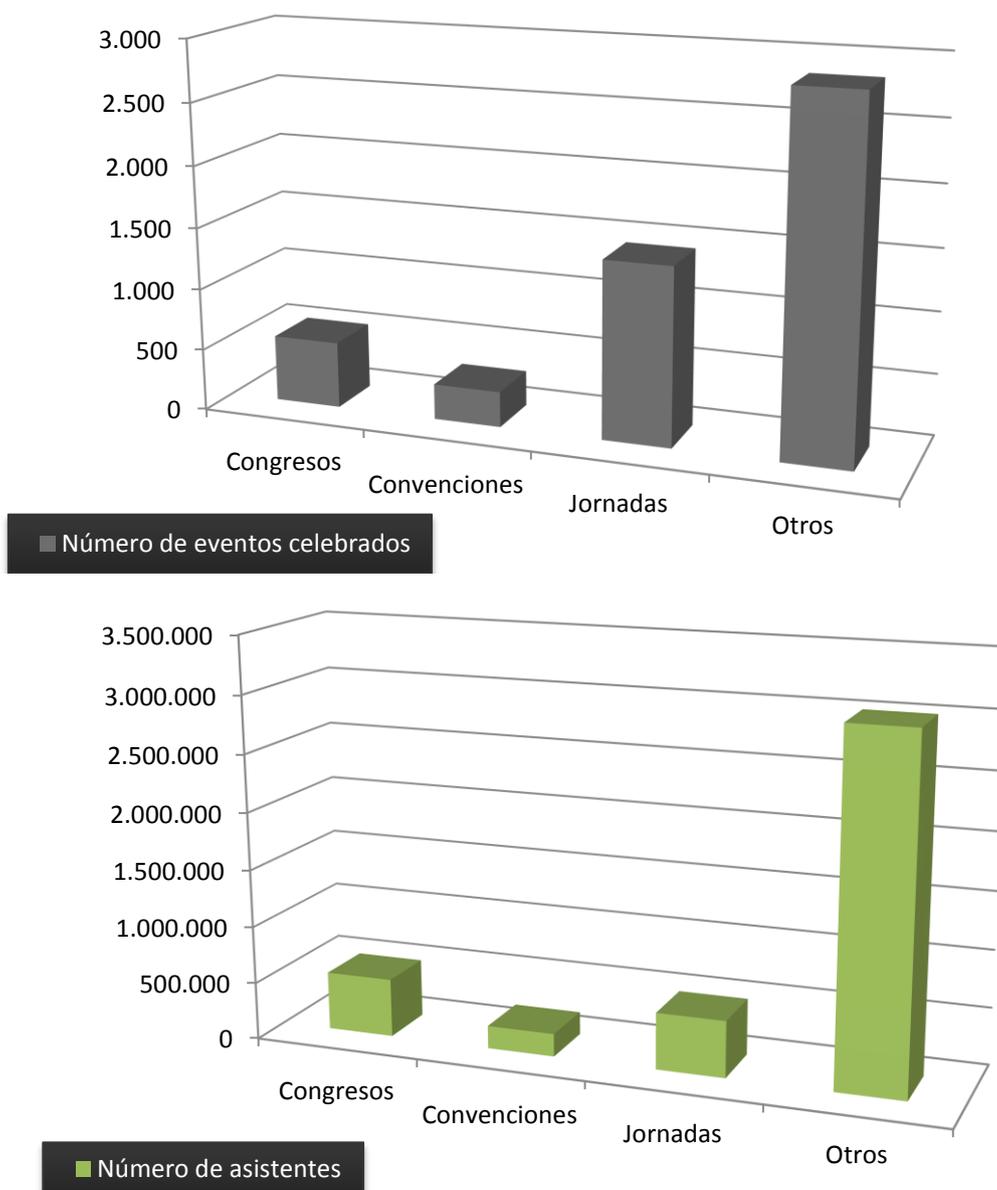
Fuente: AFE – Asociación Ferial de España

Nota metodológica: Estos datos solo incluyen los recintos feriales adheridos a la AFE. Incluyendo 33 ferias celebradas en 2010 en Expocoruña, FIMO, Fundación Feiras e Exposicións de Lugo, Expourense, Silleda e Fexdega así como otras 32 ferias llevadas a cabo en 2008 desde las mismas instituciones a mayores del IFEVI.

En lo que respecta puramente a los **Palacios de Congresos**, según datos de la **Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE)**, en **2010**, éstos acogieron un total superior a los **5.000 eventos**, lo que se refleja en una cifra de más de **4 millones de asistentes a los mismos**.

Tabla 7
Eventos y asistentes en los Palacios de Congresos en España según su tipología. (2010)

	Congresos	Convenciones	Jornadas	Otros
Eventos	538	288	1.438	2.844
Asistentes	509.126	199.293	494.162	3.011.796



Fuente: Asociación de Palacios de Congresos de España

Por último se analizan los datos extraídos de la **base de datos Sistema de Análisis y Balances Ibéricos (SABI)**, de las **empresas con actividades en la organización de convenciones y ferias de muestras (CNAE 8230)**.

De los datos observados en la Tabla 8 destacan las **reducidas dimensiones de las empresas** dedicadas a estas actividades en **Galicia**, con una **media apenas superior a los 4 empleados** por entidad, lo que contrasta con la media de 9 empleados presentes por empresa en España. De igual forma también se puede destacar por un lado, tanto los **ingresos de explotación** (más de 49 millones de euros), lo que supone un **6% del total de España** (más de 828 millones de euros), como el también significativo **valor añadido** que presentan el total de estas empresas en el año 2010 en Galicia, con **21,1 millones de euros**, representando en este caso el **9% del total de España** (228 millones), o lo que es lo mismo una media de **425 mil euros de ingresos** y **160,24 mil euros de valor añadido por empresa gallega**.

Tabla 8
Principales magnitudes económicas de las empresas dedicadas a la organización de eventos en Galicia. (2010)

		Últimos ingresos de explotación (mil EUR)	Número empleados último año	Valor añadido último año (mil EUR)
España	Total	828.978	7.559	228.958
	Media	771	9	201
Galicia	Total	49.916	368	21.148
	Media	419	4	159

Fuente: SABI

4.2.3. Efectos de la crisis en el mercado de eventos.

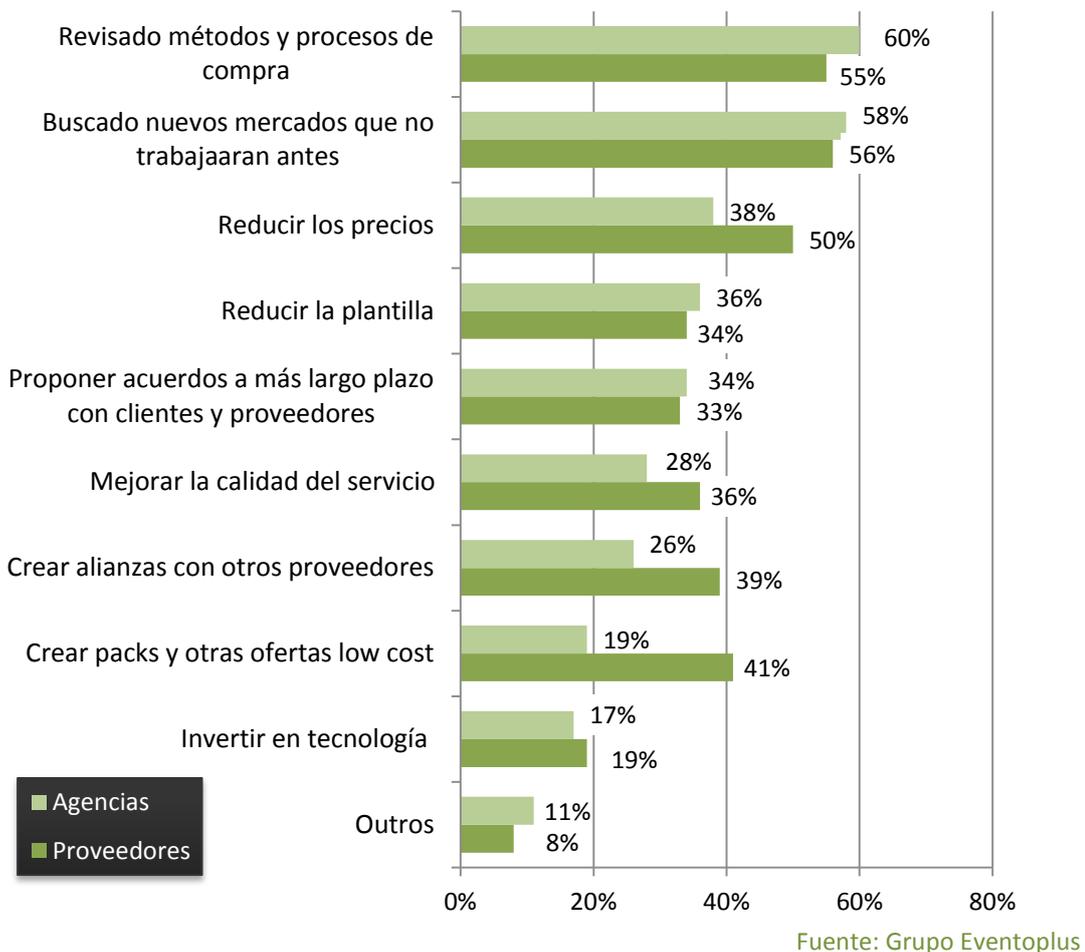
Según apunta el informe realizado en **2010 por el Grupo Eventoplus**, ante la situación económica general, las empresas del sector se están viendo obligadas a tomar ciertas medidas que mejoren la eficiencia y eficacia de sus actuaciones, minimizando los costes y maximizando los resultados. Este informe tiene su base en más de **300 encuestas cuantitativas realizadas a empresas clientes, agencias de eventos y proveedores de servicios para eventos de toda España**.

Los principales resultados vertidos por estas encuestas se reflejan en las gráficas analizadas a continuación. Así en la Figura 8 se observan las acciones

preferidas o llevadas a cabo por parte de las agencias y proveedores de servicios para hacer frente a la situación económica. En general, ambas tipologías de empresas optan en gran medida por **revisar los métodos y procesos de compra** (60% de las agencias y 55% de los proveedores), así como **buscar nuevos mercados** que no fueran explotados con anterioridad (58% de las agencias y 56% de los proveedores). Además existen una serie de medidas que son acogidas con mayor agrado por parte de proveedores que por las agencias, como son la **reducción de precios**, la **mejora de la calidad del servicio**, la **creación de alianzas con otros proveedores**, o por último, la **creación de paquetes y otras ofertas de bajo coste**.

En el otro extremo de la balanza, se puede comprobar como la **inversión en tecnología constituye una opción minoritaria dentro del sector** a la hora de afrontar la crisis.

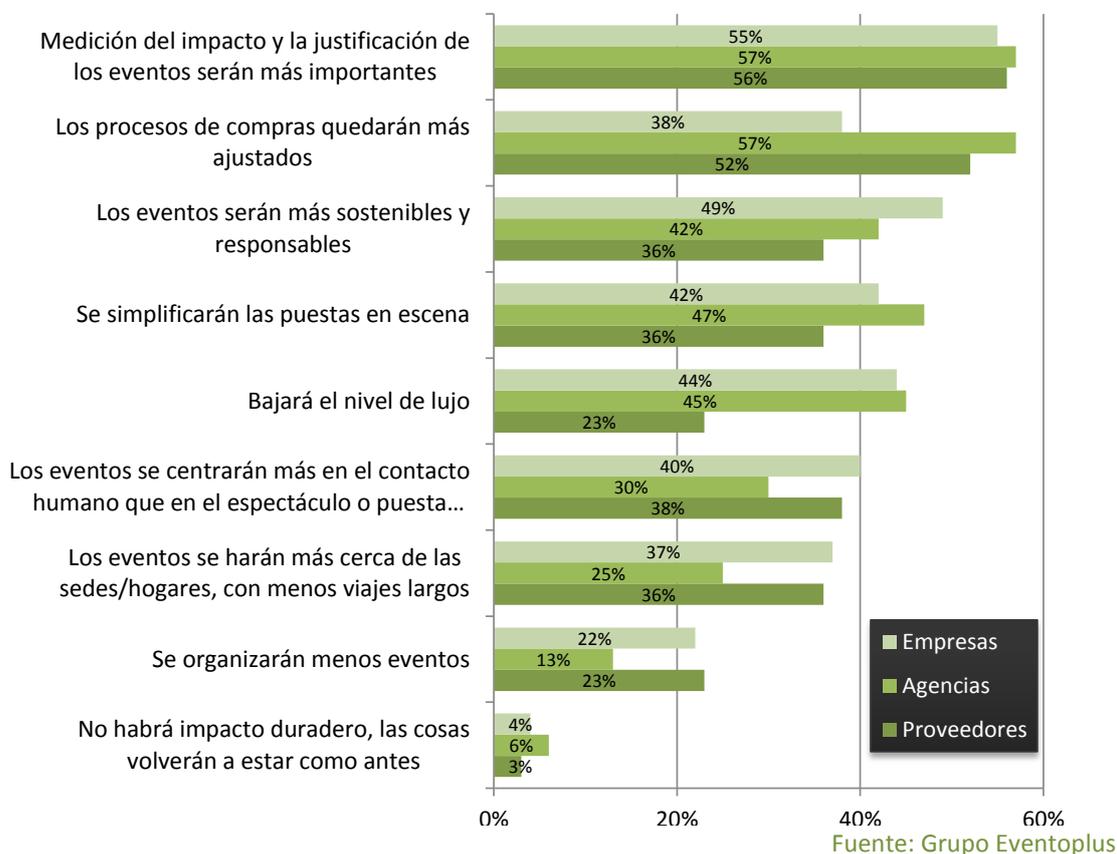
Figura 8
Respuesta de las agencias y proveedores para adaptarse a la economía. (2010)



Las encuestas realizadas a empresas, agencias y proveedores revelan que esta **situación económica desfavorable a la que nos enfrentamos dejará en el sector una serie de remanentes en forma de efectos duraderos**.

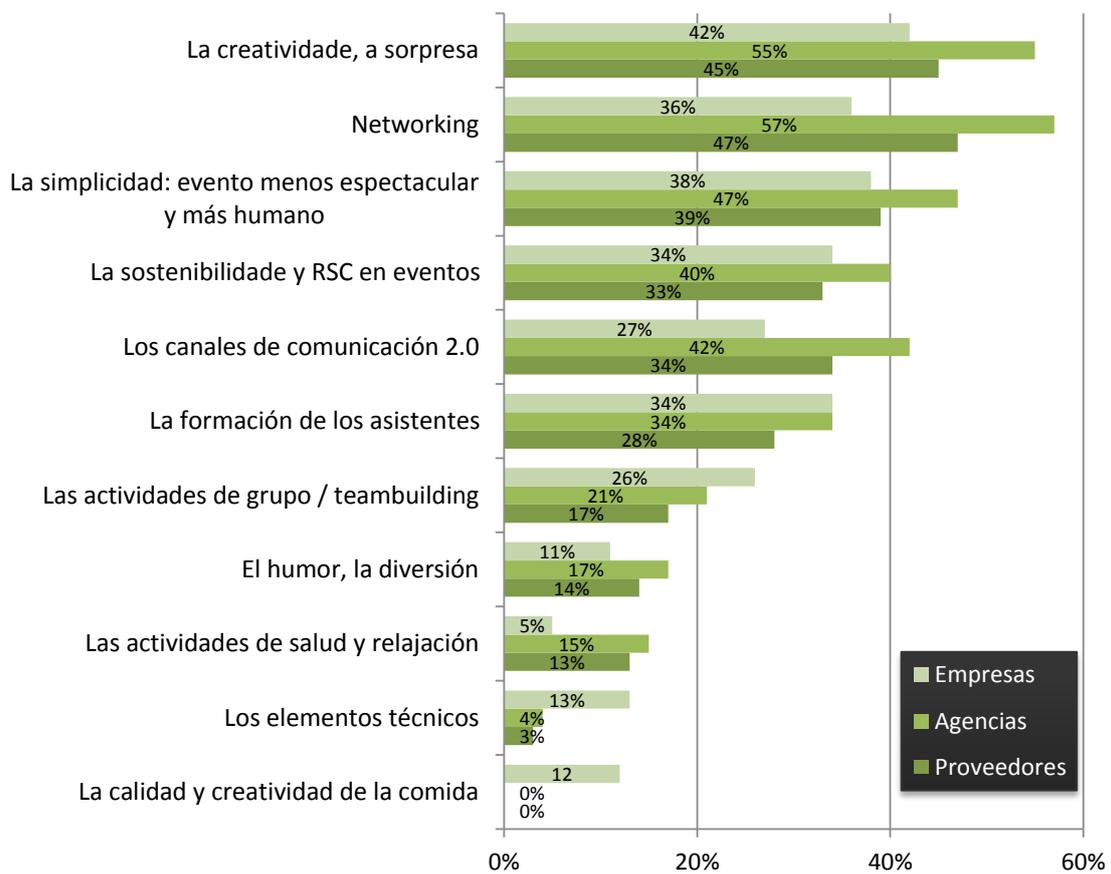
De los datos observados en la **Figura 9**, se puede concluir que los encuestados consideran que tienen **mayor probabilidad de convertirse en efectos duraderos derivados de la crisis**, la **realización de una medición del impacto**, el otorgar una mayor importancia a la **justificación de los eventos** realizados, así como consideran que los **procesos de compras serán más ajustados**, si bien, este último efecto no es tan compartido desde el punto de vista de los encuestados en el ámbito empresarial. Otras opciones también contempladas en esta encuesta y que no han tenido resultados tan unánimes pasan por ser la **reducción del nivel del lujo**, la **celebración de los eventos en lugares más próximos a las sedes u hogares** o incluso la **celebración de una menor cantidad de eventos**. Tan solo una ínfima minoría mantiene que no habrá impactos duraderos.

Figura 9
Efectos duraderos de la recesión. (2010)



Los resultados observados en la **Figura 10**, dan idea de la **importancia de la creatividad y la innovación en este sector**, de igual forma que el **auge del networking** permite imaginar la importancia que tiene en este sector conseguir una **red de contactos de calidad** así como el **enorme peso que tiene la colaboración, tanto nacional como internacional**. Otros elementos que están en auge, y así lo consideran tanto empresas, agencias como proveedores, son la **simplicidad en el evento, la sostenibilidad, técnicas de RSC, empleo de canales de comunicación 2.0, o formación de los asistentes**, entre otros.

Figura 10
Elementos en auge. (2010)



Fuente: Grupo Eventoplus

4.3. GRUPOS DE TAREAS Y ACCIONES.

En este apartado se incluyen una serie de actuaciones que se perfilan como necesarias para el cumplimiento de los objetivos finales e intermedios estipulados en el apartado uno. El **objetivo final** del proyecto es:

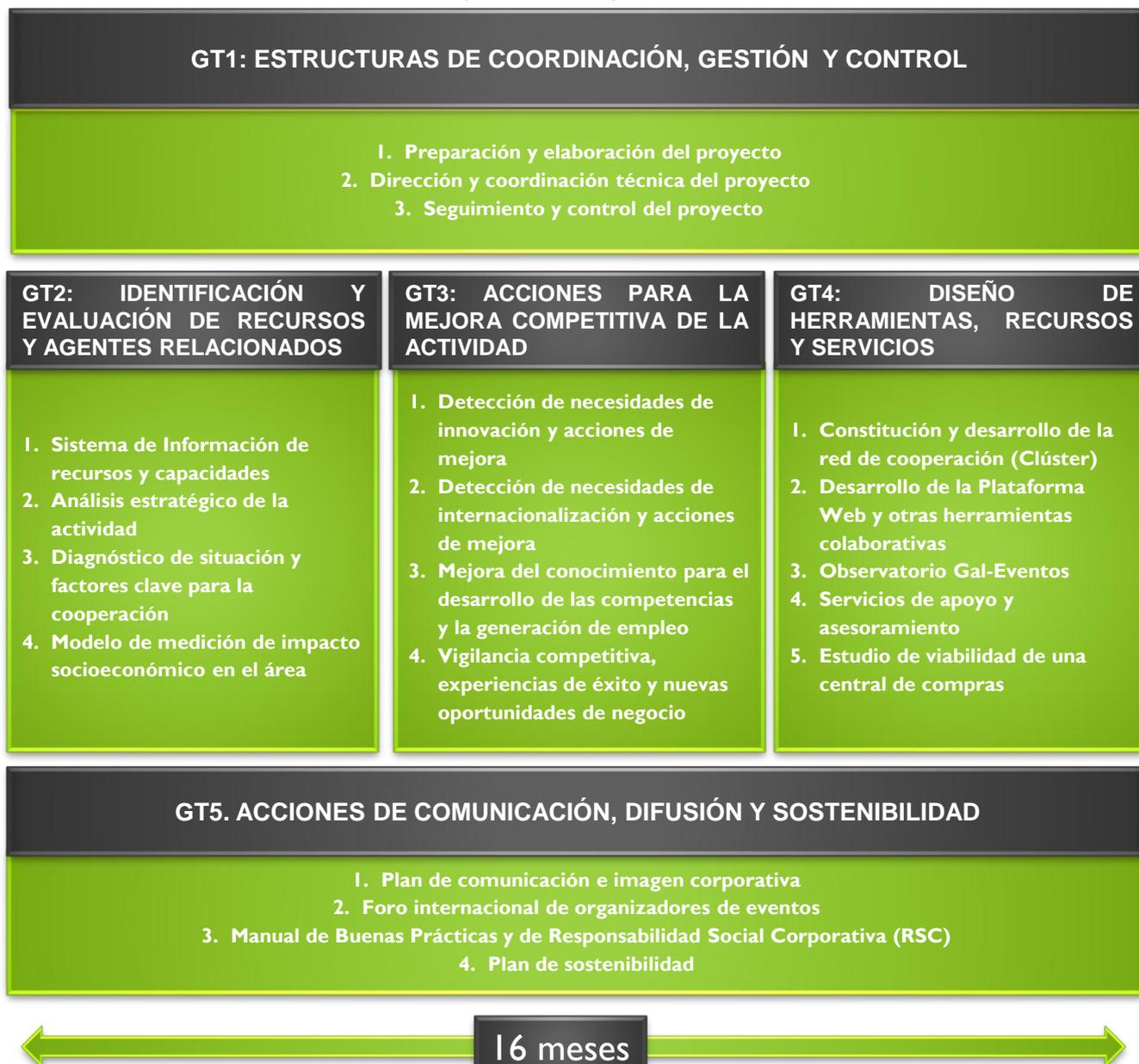
Convertir a Galicia en un espacio de calidad y de referencia internacional en la organización de ferias, congresos y otros eventos que contribuya, a través de la cooperación y la innovación, a la competitividad empresarial y al desarrollo sociocultural, generando más valor y empleo en el territorio.

Así, a modo de recordatorio, los **objetivos intermedios** del proyecto serían:

1. Fomentar el desarrollo de ferias, congresos y otros eventos en Galicia, potenciando la coordinación y la cooperación entre todos los agentes relacionados.
2. Favorecer a través de la creación de una red estable o cluster, el intercambio de conocimiento y experiencias entre todos los agentes relacionados, para favorecer la eficiencia en la gestión de las infraestructuras y empresas organizadoras de eventos, así como la calidad de servicio a las empresas y organizaciones clientes.
3. Constituir un foro de análisis y debate de los problemas comunes de todos los agentes relacionados, para impulsar la mejora continua de los procesos y servicios prestados, a través de la transferencia de conocimiento, el aprendizaje la innovación y la internacionalización.
4. Impulsar un plan de comunicación como instrumento de marketing al servicio de las empresas y otros usuarios, para favorecer su competitividad y posicionamiento internacional e incrementar el atractivo de Galicia para la celebración de ferias, congresos y otros eventos.

Teniendo en cuenta todo lo hasta aquí señalado y una vez realizado un pequeño análisis del contexto y de la situación concreta en la que se encuentra el mercado de ferias, congresos y eventos en Galicia, se prevén los siguientes grandes Grupos de Tareas o bloques temáticos.

Figura 11
Grupos de tareas previstos.



Fuente: Elaboración propia

En las siguientes páginas se describen las acciones contempladas en cada Grupo de Tareas.

4.3.1. Grupo de Tareas 1 (GT1): Estructuras de coordinación, gestión y control.

GT1: ESTRUCTURAS DE COORDINACIÓN, GESTIÓN Y CONTROL

GT1.1. PREPARACIÓN Y ELABORACIÓN DEL PROYECTO: Se trata a través de esta tarea y las acciones que la comprenden, elaborar una propuesta coherente y consistente con las políticas de desarrollo regional, que precise los objetivos, las grandes líneas de actuación y los elementos de planificación, seguimiento y presupuestación del mismo. Así, entre las principales acciones a desarrollar se pueden mencionar:

- **Identificación de necesidades** en base al análisis previo efectuado sobre las infraestructuras, organizadores de eventos y otros agentes relacionados.
- **Puesta en común** del enfoque, objetivos y grandes líneas de actuación que permitan delimitar el alcance del proyecto y sus resultados e impactos.
- **Planificación y control del proyecto:** una vez decididos los parámetros fundamentales para la definición del proyecto, se procederá al establecimiento de los grupos de tareas y acciones para abordar los retos detectados. En este sentido, se detallan los principales hitos de trabajo en un **cronograma** de ejecución que constituye la planificación inicial del proyecto. Se precisarán los **resultados** esperados del proyecto y los **indicadores y métodos de medición**, que permitirán el posterior **seguimiento y control** de tareas y del **presupuesto** presentado.

GT1.2. DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN DEL PROYECTO: Esta tarea que garantizará la buena ejecución del proyecto y que estará liderada por los promotores del proyecto, comprende las siguientes acciones principales:

- **Reparto de responsabilidades** en función de las capacidades, para el correcto desarrollo del proyecto.

- Determinación de las **necesidades de subcontratación** de tareas.
- **Identificación de los protocolos de comunicación y de toma de decisiones**, gestión de agendas y calendario y actas de reuniones de coordinación, gestión de la comunicación interna y externa.
- **Captación de adhesiones** al proyecto entre todos los agentes implicados en la actividad.
- **Coordinación administrativa y financiera:** seguimiento administrativo del proyecto, preparación de la documentación exigida por los órganos gestores de los fondos, seguimiento financiero y presupuestario del proyecto, validación y certificación de los gastos y documentación justificativa.

GT1.3. **SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PROYECTO:** Para garantizar el cumplimiento de los objetivos del proyecto se realizarán las siguientes acciones principales:

- **Creación de la comisión de control y seguimiento:** Para garantizar la correcta ejecución del proyecto se constituirá esta comisión liderada por los promotores del proyecto. La comisión contará con el apoyo de la secretaría técnica, tanto para la realización de informes como para la consulta y toma de decisiones. Las decisiones se tomarán por mutuo acuerdo de los integrantes de la comisión. Sus principales tareas serán:
 - ✓ Redacción de informes cuatrimestrales de seguimiento (medición de indicadores y control de ejecución, medición de las desviaciones, análisis de resultados e impacto de las acciones de acuerdo con la periodificación realizada, identificación de incidencias).
 - ✓ Resolución de las desviaciones.
 - ✓ Solución de las incidencias encontradas.
- **Sistema de Indicadores de seguimiento y control:** Se establecerá la metodología y herramientas de control para garantizar la buena ejecución del proyecto en base al diseño definitivo del sistema de indicadores de realización.

4.3.2. Grupo de Tareas 2 (GT2): Identificación y evaluación de recursos y agentes relacionados.

GT2: IDENTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE RECURSOS Y AGENTES RELACIONADOS

GT2.1. SISTEMA DE INFORMACIÓN DE RECURSOS Y CAPACIDADES: Se trata de implementar un sistema de información (base de datos automatizada) que permita el acceso a los recursos y capacidades existentes en Galicia por todos los agentes interesados en la organización de eventos. Esta información se integrará en la plataforma colaborativa Web contemplada en el GT 5. Las principales tareas a realizar son:

- **Identificación y ficha de información** de agentes relacionados: se trata de recopilar la información de identificación general y de la cartera de productos y servicios de las empresas. Se incidirá fundamentalmente en las empresas de organización de eventos y proveedores directos.
- **Mapa de recursos** (recintos feriales y palacios de congresos): Información sobre superficie, tipología de espacios, equipamientos y oferta de servicios, orientada a los organizadores de eventos o los clientes y usuarios de las infraestructuras.
- **Base de datos** de la actividad: con la información anterior se trata de hacerla accesible a través de un sistema automatizado que permita búsquedas multicriterio en función de las necesidades de los diferentes usuarios

GT2.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA ACTIVIDAD: su objetivo es desde la óptica de la oferta y de la demanda, disponer de información estructurada de la situación actual, evolución y tendencias en el campo de la organización de eventos. Para ello se realizarán las siguiente tareas:

- Revisión de **información secundaria** existente (informes, estadísticas, entre otros).

- Obtención de **información primaria** a través de la realización de **encuestas y entrevistas estructuradas** a una muestra de organizaciones y empresas de la actividad y agentes relacionados.
- **Análisis**, tanto desde la perspectiva interna (Galicia) como externa (entorno general y específico), sobre la situación actual, evolución y tendencias, así como evaluación del posicionamiento de Galicia en este ámbito de actividad.

GT2.3. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN Y FACTORES CLAVE PARA LA COOPERACIÓN:

a partir del análisis efectuado, se realizará un diagnóstico externo e interno de la situación para identificar aquellos factores clave para la cooperación entre organizaciones y empresas de la actividad, que constituirán los elementos fundamentales para la posterior definición de acciones conjuntas englobadas en un plan de acción. Para ello se tendrán en cuenta las siguientes aspectos para asegurar la participación y dinamización del proceso:

- Para la realización del diagnóstico se procederá, a partir de un propuesta inicial, a un **proceso de participación interactivo** que progresivamente vaya modificando e incorporando aspectos relevantes con el objeto de disponer de un diagnóstico consensuado y representativo de la actividad.
- Para la validación del diagnóstico y la priorización de los Factores Clave para la cooperación se realizará una **Mesa de Expertos** con representantes de las diferentes actividades nucleares y relacionadas con la actividad.

GT2.4. MODELO DE MEDICIÓN DE IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN EL

ÁREA: La realización de eventos tiene, a parte del impacto en la propio sector de actividad, un importante efecto multiplicador en el área de realización, por su efecto dinamizador en otras actividades relacionadas, especialmente en el marco de los proveedores directos e indirectos, en los que se incluyen entre otros la hostelería y restauración, actividades de comercio, el turismo y ocio o el transporte por ejemplo, que a su vez son consumidoras de otros input (industria de alimentación, entre otras);

generando así un círculo de generación de valor añadido y empleo que es conveniente medir. No existen en la actualidad modelos de medición fiables y científicamente contrastados del impacto en esta actividad, por lo que se trata a través de esta acción de:

- Definir un modelo previo de medición que permita **cuantificar el impacto de los diferentes eventos** en el área territorial.
- **Contrastar y depurar científicamente el modelo** a través de un caso demostrativo previamente seleccionado.
- **Definir el modelo final y el manual para su implantación en otros casos.** El modelo ha de precisar: las variables a introducir, el modelo de estimación y factores de ajuste, que permita estimar el impacto económico directo, indirecto e inducido, en términos de valor añadido y generación de empleo.
- **Orientaciones de mejora** para incrementar el impacto a partir del caso estudiado.

4.3.3. Grupo de Tareas 3 (GT3): Acciones para la mejora competitiva de la actividad.

GT3: ACCIONES PARA LA MEJORA COMPETITIVA DE LA ACTIVIDAD

GT3.1. DETECCIÓN DE NECESIDADES DE INNOVACIÓN Y ACCIONES DE MEJORA: a partir de una visión amplia de los posibles ámbitos de innovación se pretende identificar las necesidades existentes y definir acciones de mejora para su implantación. Para ello se realizarán las siguientes actuaciones:

- **Definición de los ámbitos y subámbitos de innovación** de acuerdo con las peculiaridades del sector. Se abordará para ello desde una perspectiva amplia, considerando la innovación estratégica/organizativa, la innovación tecnológica (producto/servicio y proceso) y la innovación en marketing y comercial. Se incidirá especialmente en las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) y los procesos de aseguramiento de **calidad** y de gestión **medioambiental**.
- **Detección de necesidades de innovación** que se realizará a través de una **encuesta** y **entrevistas** a una muestra representativa de las diferentes subactividades del sector.
- **Diseño del plan de acciones de mejora** que se validará en una **mesa de expertos** representativa de la actividad. Especial énfasis en los **informes de satisfacción** para su extensión a todo el sector y la construcción de valores transversales en la actividad.

GT3.2. DETECCIÓN DE NECESIDADES DE INTERNACIONALIZACIÓN Y ACCIONES DE MEJORA: la internacionalización en este campo de actividad se plantea tanto desde la perspectiva de la demanda (captación de clientes internacionales) como de la oferta (eventos en Galicia de carácter

internacional, prestación de servicios al exterior por parte de los organizadores de eventos, entre otros). Se trata en ésta tarea, por lo tanto:

- **Definición de los ámbitos de internacionalización** no solamente con un enfoque receptivo, sino contemplando las dos ámbitos anteriormente comentado.
- **Detección de áreas de negocio** que permitan no solamente incrementar el nivel de internacionalización de la actividad de eventos, sino también que apoyen o impulsen la internacionalización del tejido productivo de Galicia e incremente su visibilidad en el exterior. Esta detección de necesidades se realizará a través de una **encuesta** y **entrevistas** a una muestra representativa del sector.
- Diseño del plan de **acciones de mejora** que se validará en una **mesa de expertos** representativa de la actividad.

GT3.3. MEJORA DEL CONOCIMIENTO PARA EL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS Y LA GENERACIÓN DE EMPLEO: Par abordar esta tarea se considerarán las siguientes actuaciones.

- **Identificación de las necesidades de formación** en las diferentes actividades a todos los niveles de la organización (dirección, puestos intermedios y operativos). Para la detección de necesidades se realizarán **encuestas o entrevistas** estructuradas a una muestra representativa de la actividad.
- **Plan de acciones de mejora en formación y desarrollo del conocimiento:** especialmente orientado a nuevas competencias y capacitaciones (por ejemplo, en nuevas tecnologías y uso de redes sociales) y su adquisición a través de formación presencial o formación on-line. Se prestará una especial relevancia nuevos nichos empleo y a los contenidos relacionados con los procesos de calidad, el incremento de la productividad y la gestión medioambiental. Este plan se validará en una **mesa de expertos** representativa de la actividad.
- **Blog o espacio habilitado en la página Web** para la realización de intercambio de conocimiento entre todos los miembros de la red con objeto de **capitalizar la experiencia** existente en la actividad.

GT3.4. VIGILANCIA COMPETITIVA, EXPERIENCIAS DE ÉXITO Y NUEVAS

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO: Con esta tarea se pretende disponer de información del entorno actualizada sobre los principales factores de competitividad relacionadas con el negocio y las tecnologías, con objeto de facilitar la toma de decisiones, el aprendizaje y la acción proactiva para el desarrollo de la actividad. En este sentido se contemplan las siguiente actividades:

- **Informe de Vigilancia Competitiva:** Estudio comparado (benchmarking) sobre últimas tendencias en la organización de eventos y de dirección y gestión de empresas de otras áreas (sistemas de dirección, binomio producto-mercado, y recursos/capacidades). Revisión de las tecnologías disponibles y emergentes de interés para la actividad con objeto de su posible implantación por las diferentes organizaciones y empresas de la actividad.
- **Identificación experiencias de éxito** en la actividad para su posterior difusión en el sector, que por su carácter demostrativo incidan en el cambio y desarrollo de la actividad.
- **Detección de nuevas oportunidades de negocio** para fomentar el **desarrollo interno** de las organizaciones y empresas existentes o el **nuevo emprendimiento**, tanto en las actividades principales como en los proveedores directos.

4.3.4. Grupo de Tareas 4 (GT4): Diseño de herramientas, recursos y servicios.

GT4: DISEÑO DE HERRAMIENTAS, RECURSOS Y SERVICIOS

GT4.1. CONSTITUCIÓN Y DESARROLLO DE LA RED DE COOPERACIÓN (CLÚSTER): Con objeto de formalizar en una organización estable las dinámicas generadas en el transcurso de este proyecto entre los agentes implicados. Esta red abarcaría el conjunto de empresas y organizaciones públicas y privadas de Galicia que desarrollan sus actividades, con carácter principal o complementario, en torno a la realización de actividades de celebración de ferias, congresos y eventos. Entre las acciones a desarrollar estarían:

- **Captación de socios:** entre las entidades gestoras de las infraestructuras de ferias, congresos y eventos y las empresas de organización de estos actos, así como organizaciones de las actividades proveedoras (directas e indirectas) y de apoyo a las actividades principales del sector (AA.PP., Universidades, entre otras).
- **Desarrollo estatutario y legalización del clúster:** se definiría la forma societaria sin ánimo de lucro más adecuada para los fines y principios rectores del clúster, y se elaborarán unos estatutos en los que se precisarían la tipología de socios y derechos y deberes correspondiente, los órganos de gobierno y los criterios de elección y la estructura de funcionamiento, entre otros. Se realizarían las gestiones para su legalización ante las autoridades pertinentes y se organizará la 1ª asamblea general.
- **Plan Director del de la red o clúster de actividades:** se detallará la misión y fin, así como los grandes ejes estratégicos y estrategias para garantizar su consecución. Dichos ejes harán referencia al desarrollo del capital humano, capital, organizativo, capital tecnológico e innovación y al capital relacional, entre otros.

GT4.2. DESARROLLO DE LA PLATAFORMA WEB Y OTRAS HERRAMIENTAS

COLABORATIVAS: Su objetivo es crear una **plataforma web de referencia en los ámbitos de la colaboración, promoción y difusión de información** sobre las actividades relacionadas con la celebración de ferias, congresos y otros eventos en Galicia, para lo que hará uso de herramientas web como los boletines electrónicos o newsletter con los que transmitir novedades del sector, captar nuevos miembros, o informar periódicamente de eventos, formación o cualquier tema de interés. También se potenciará una presencia proactiva en Redes Sociales, o la puesta a disposición de los miembros de GAL-EVENTOS de un servicio de blogs del que podrán hacer uso para acercar los eventos al público general y profesionales del sector. Además existirá un catálogo de documentación sobre el sector que contendrá los documentos, estudios y publicaciones más relevantes desde el punto de vista de esta actividad.

De este modo, la plataforma que se propone servirá de **punto de encuentro online de las entidades y organizaciones que componen GAL-EVENTOS** con sus potenciales clientes, proveedores, o incluso con instituciones públicas u otras empresas del sector.

Tendrá así, y dada su estructura, tres funciones básicas.

- Ofrecer una **función comunicadora, facilitando a los visitantes localizar información de utilidad sobre las empresas o entidades que componen GAL-EVENTOS** así como otra información referente en general al sector, a la vez que **promociona la celebración de ferias, congresos y otros eventos** en el territorio de la Comunidad Autónoma gallega con el objetivo de aumentar la actividad y visibilidad de estas actividades.
- **Potenciar las relaciones de colaboración entre los miembros adheridos a GAL-EVENTOS** facilitando la creación de sinergias y relaciones estables de colaboración que redunden en una mayor transferencia del conocimiento y por tanto ayuden a la optimización de costes y recursos en el sector, a través del uso de las herramientas 2.0 de las que la web disponga.

- Poner **en contacto GAL-EVENTOS** con otras entidades susceptibles y posibles interesadas en formar parte de esta red.

GT4.3. OBSERVATORIO GAL-EVENTOS: A través de este observatorio se pretende obtener una visión completa de la situación y evolución del sector de ferias congresos y eventos en Galicia, de tal forma que se obtenga y facilite información cuantitativa y cualitativa de esta actividad, en la actualidad dispersa o inexistente. Esta tarea requerirá de los siguientes pasos:

- **Diseño de las fichas de datos por tipología de eventos**, incluyendo tanto magnitudes de tipo económico (presupuestos, facturación, aportación al PIB, Valor Añadido Bruto, nº de empleados, entre otros) como otras cifras representativas o caracterizadoras de las dimensiones del sector en Galicia y dependiendo de la tipología de eventos (número de eventos, participantes, visitantes, países, número de stands, superficie empleada, entre otros).
- **Desarrollo de la aplicación TIC soporte de la base de datos**, que contemple la captación de información, su tratamiento estadístico y gráfico para su interpretación, y el acceso a la información a los usuarios del sistema
- **Proceso de captación de información**, definiendo los procedimientos para la captación de la información y las normas que garanticen la calidad de la misma.
- **Tratamiento y análisis de la información**, que incluirá las herramientas necesarias para la explotación agrupada de la información y la generación de salidas gráficas, que facilite el posterior proceso de análisis y la generación de conocimiento.

GT4.4. SERVICIOS DE APOYO Y ASESORAMIENTO: Con objeto de apoyar a las organizaciones y empresas participantes en la red a la implantación de las acciones de mejora en innovación, internacionalización y formación, así como la incorporación de mejores prácticas, que se han ido definiendo en

grupo de tarea 2 y 3 de esta proyecto; se habilitará un servicio de asesoramiento que contemplará los siguientes ámbitos:

- **Apoyo a la selección y acompañamiento para su implantación de acciones de mejoras en innovación, internacionalización, formación** o cualquier otro aspecto que suponga un incremento de la competitividad de las organizaciones y empresas de la red
- **Asesoramiento en Ayudas Y Subvenciones**, que sean susceptibles de aplicación a las acciones de mejora previstas en las organizaciones y empresas de la red.
- **Oficina de Proyectos:** asesoramiento a la elaboración y seguimiento de las candidaturas para acceder a las diferentes convocatorias de ayudas bajo concurrencia competitiva en función de las características del proyecto.

GT4.5. ESTUDIO VIABILIDAD DE UNA CENTRAL DE COMPRAS: Su objetivo es analizar la viabilidad de la implantación de una central para la agrupación de compras para conseguir reducción de costes y mejores servicios por parte de los proveedores, pudiendo así mejorar el posicionamiento competitivo de las organizaciones o empresas pertenecientes a la central. Este estudio deberá contemplar los siguientes apartados:

- Análisis y selección de la tipología de compras
- Análisis de los consumos de los integrantes potenciales de la central de compra.
- Selección del régimen jurídico bajo el cual pretende operar
- Condiciones de participación de los socios
- Análisis de viabilidad en tres escenarios diferentes.
- Indicaciones para su implantación

4.3.5. Grupo de Tareas 5 (GT5): Acciones de comunicación, difusión y sostenibilidad.

GT5. ACCIONES DE COMUNICACIÓN, DIFUSIÓN Y SOSTENIBILIDAD

GT5.1. PLAN DE COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA: Su objetivo es elaborar un **plan de imagen corporativa** y un **plan sistemático de comunicación** en medios, que defina los principales elementos que deben ser destacados para la promoción de este proyecto poniendo en valor las fortalezas y oportunidades del mismo y facilite la captación de nuevos adheridos. La estrategia de comunicación e información se basará en las siguientes acciones principales:

- Creación **de una identidad visual del proyecto**, en donde se contempla la creación de un logotipo y otras aplicaciones relacionadas con un manual de imagen corporativa.
- **Difusión de información relevante:** a través de **notas de prensa** sobre el desarrollo y evolución del proyecto, **ruedas de prensa** a la finalización de cada ejercicio para presentar los resultados obtenidos y evolución de las tareas, y **gestión de entrevistas** a los principales actores del sector. Se prestará especial tratamiento informativo de la **jornada de presentación del proyecto**, la **asamblea de constitución de la red o clúster** del sector, el **Foro Internacional** y a la **jornada de presentación final del proyecto** que se celebrará en dicho marco. Se realizará periódicamente un **informe de impacto** de la información generada.
- Identificación y **distribución de noticias e información de interés para el sector** detectada en los principales medios generalistas o especializados.

GT5.2. FORO INTERNACIONAL DE ORGANIZADORES DE EVENTOS: Su objetivo es la celebración de un foro de carácter internacional de las organizaciones y empresas relacionadas con la realización de eventos para analizar y tratar temáticas como el estado y situación del sector de celebración de ferias, congresos y otros eventos, así como discutir sus tendencias y mejores prácticas, en aras de la creación de sinergias y de la transferencia del conocimiento, de tal forma que se creen redes de contactos estables y dinámicas. El Foro ha de constituir **una “ventana” del potencial del sector y de promoción de Galicia como un espacio de excelencia en la organización de eventos.** Las claves que orientarán la estructura, contenidos y resultados del Foro son los siguientes:

- **Visión amplia de los ámbitos de reflexión**, tanto desde la perspectiva de los agentes como del alcance territorial. Se contemplará la **problemática de todos los agentes que intervienen en la organización de eventos** (gestores de infraestructuras, organizadores, proveedores y clientes). Y se analizará dicha problemática desde la **dimensión regional** (Galicia), **nacional** (España) e **internacional**.
- **El Foro como ejemplo de planteamientos innovadores** en su propia concepción y desarrollo, y muestra del potencial del sector en Galicia para la organización de estos actos con la incorporación de nuevos atributos de más valor añadido y el uso de herramientas 2.0.
- **El Foro como herramienta de transferencia de conocimiento**, orientado no solamente a la reflexión sino fundamentalmente a **orientar la acción futura** de todos los agentes, para lo que serán relevantes los contenidos demostrativos de buenas prácticas y espacios para la elaboración de conclusiones en las que se harán bajo planteamientos de acción e implementación de las mismas.

GT5.3. MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS Y DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC): con el objetivo de incrementar la eficiencia y calidad de los servicios prestados, así como difundir los valores y comportamientos socialmente responsables, se contemplan dos ámbitos de trabajo diferenciados para:

- **Desarrollar un manual de Buenas Prácticas** que recoja aquellas acciones para realizar una adecuada **gestión tanto medioambiental como en la calidad del servicio** o actividad prestada. El objetivo de esta acción es ayudar a las entidades y empresas que conforman **GAL-EVENTOS** a **conseguir altos niveles de competitividad**, con el fin de que **se consoliden en un mercado cada vez más dinámico y exigente**, todo ello **a través de un desarrollo sostenible y eficiente**. En este manual se han de especificar las recomendaciones de buenas prácticas en los ámbitos siguientes:
 - ✓ **CALIDAD:** especialmente aquellas que aseguran e incrementan la calidad de servicio y la mayor eficacia y eficiencia en los recursos asignados.
 - ✓ **MEDIOAMBIENTE:** especialmente en aquellos aspectos que hagan mención a la gestión de los recursos (energía, agua entre otros) y a la gestión de la contaminación y los residuos.
- **Crear una guía para la mejora e implantación de la RSC entre los adheridos a GAL-EVENTOS** que sea una herramienta práctica para una posterior implantación de **un nuevo modelo de gestión** que asuma el impacto económico, social y medioambiental de estas empresas y organizaciones.

Los **objetivos que persigue la guía** son los siguientes:

- ✓ Realizar un **autodiagnóstico** sobre la situación de la RSC en estas empresas y organizaciones.
- ✓ Establecer la **dirección a seguir** para encaminar la implantación de medidas responsables.
- ✓ Determinar las **áreas de actuación** en función de las necesidades y expectativas de los grupos de interés de estas empresas y organizaciones.
- ✓ Dar a conocer el **perfil de las empresas y organizaciones socialmente responsables** y modelos de **buenas prácticas** en el ámbito de la RSC.

- ✓ **Proponer indicadores** que permitan medir la evolución de las actuaciones en responsabilidad social que las empresas y organizaciones hayan llevado a cabo.
- ✓ Plantear formas de **comunicación de resultados y rendición de cuentas** a los grupos de interés.

Así, se realizará una **mesa de trabajo** con organizaciones y empresas relacionadas con las ferias, congresos y otros eventos para validar el test de autodiagnóstico y la propuesta de indicadores, así como **entrevistas** con una muestra representativa de los grupos de interés para detectar necesidades y expectativas que permitan identificar las áreas de especial interés.

GT5.4. PLAN DE SOSTENIBILIDAD: Su objetivo es elaborar un Plan de Negocio que permita la continuidad de **GAL-EVENTOS en el tiempo más allá de la finalización del presente proyecto**. Para ello el plan contemplará las siguientes aspectos:

- **Identificación de la cartera de servicios, herramientas y recursos** que prestará Gal-Eventos, desde la perspectiva de valor aportado a los asociados y clientes.
- **Análisis de costes** asociados a cada servicio, herramienta o recurso que se plantean implantar.
- **Sostenibilidad económica-financiera**, que garantice el equilibrio entre ingresos y gastos en un periodo de 5 años en el marco del plan estratégico de la red o clúster de actividades.
- **Necesidades de inversión y financiación** que identifique claramente las inversiones necesarias y la evaluación de la financiación requerida.
- **Identificación de posibles fuentes de financiación** para abordar las necesidades de inversión y el funcionamiento de la red y los servicios asociados.



TABLA RESUMEN DE GRUPOS DE TRABAJO Y ACCIONES, CRONOGRAMA, INDICADORES DE RESULTADOS E IMPACTOS Y PRESUPUESTO.

5. TABLA RESUMEN DE GRUPOS DE TRABAJO Y ACCIONES, CRONOGRAMA, INDICADORES DE RESULTADOS E IMPACTOS Y PRESUPUESTO.	83
5.1. TABLA RESUMEN DE GRUPOS DE TRABAJO Y ACCIONES. _____	83
5.2. CRONOGRAMA. _____	84
5.3. INDICADORES DE RESULTADOS. _____	86
5.4. IMPACTOS ASOCIADOS A LOS RESULTADOS. _____	97
5.5. PRESUPUESTOS. _____	99

5. TABLA RESUMEN DE GRUPOS DE TRABAJO Y ACCIONES, CRONOGRAMA, INDICADORES DE RESULTADOS E IMPACTOS Y PRESUPUESTO.

5.1. TABLA RESUMEN DE GRUPOS DE TRABAJO Y ACCIONES.

Figura 12
Grupos de tareas y acciones.



Fuente: Elaboración propia.

5.2. CRONOGRAMA.

PROYECTO		CRONOGRAMA																							
		2012												2013											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
GT1	ESTRUCTURAS DE COORDINACIÓN, GESTIÓN Y CONTROL	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
	1.Preparación y elaboración del proyecto	■	■	■																					
	2.Dirección y coordinación técnica del proyecto				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
	3.Seguimiento y control del proyecto				■				■			■			■			■			■			■	
GT2	IDENTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE RECURSOS Y AGENTES RELACIONADOS				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
	1.Sistema de Información de recursos y capacidades				■	■	■	■																	
	2.Análisis estratégico de la actividad						■	■	■																
	3.Diagnóstico de situación y factores clave para la cooperación							■	■	■															
	4.Modelo de medición de impacto socioeconómico en el área										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
GT3	ACCIONES PARA LA MEJORA COMPETITIVA DE LA ACTIVIDAD											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
	1.Detección de necesidades de innovación y acciones de mejora											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
	2.Detección de necesidades de internacionalización y acciones de mejora												■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
	3.Mejora del conocimiento para el desarrollo de las competencias y la generación de empleo												■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
	4.Vigilancia competitiva, experiencias de éxito y nuevas oportunidades de negocio												■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		



PROYECTO		CRONOGRAMA																							
		2012												2013											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
GT4	DISEÑO DE HERRAMIENTAS, RECURSOS Y SERVICIOS																								
	1.Constitución y desarrollo de la red de cooperación (Clúster)																								
	2.Desarrollo de la Plataforma Web y otras herramientas colaborativas																								
	3.Observatorio GAL-EVENTOS																								
	4.Servicios de apoyo y asesoramiento																								
	5.Estudio de viabilidad de una central de compras																								
	ACCIONES DE COMUNICACIÓN, DIFUSIÓN Y SOSTENIBILIDAD																								
GT5	1.Plan de comunicación e imagen corporativa																								
	2.Foro internacional de organizadores de eventos																								
	3.Manual de Buenas Prácticas y de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)																								
	4.Plan de sostenibilidad																								

5.3. INDICADORES DE RESULTADOS.

Para la realización de las tareas asociadas a la etapa de control y seguimiento de la implantación y resultados del proyecto, se han planteado una serie de indicadores asociados a cada resultado identificado bajo un código alfanumérico de tal forma que sea posible hacer un seguimiento de los resultados de forma rápida y sencilla, incrementando la trazabilidad del proceso.

Así, se han obtenido un total de **89 indicadores** para los **10 principales resultados previstos**. Estos resultados son:

Tabla 9
Codificación de los resultados.

Cód.	RESULTADO
R1	Conocimiento profundo del sector que permitirá la mejora competitiva continua
R2	Impacto económico y social positivo de las actividades en las áreas de influencia
R3	Desarrollo de una red estable de agentes del sector
R4	Potenciación de la cooperación intersectorial e institucional
R5	Dinamización de flujos de información y de la comunicación 2.0
R6	Impulso de la innovación en el sector
R7	Mejora de la transferencia del conocimiento y del empleo
R8	Incremento de la calidad y sostenibilidad: contribución al desarrollo sostenible
R9	Incremento de la actividad económica del sector
R10	Mejora del nivel de internacionalización del sector.

RESULTADO	INDICADOR	MEDICIÓN / VERIFICACIÓN
R1. Conocimiento profundo del sector que permitirá la mejora competitiva continua	1. Nº de fuentes bibliográficas consultadas	Referencias bibliográficas
	2. Nº de agentes relacionados detectados	Fichas de información de agentes relacionados.
	3. Nº de entrevistas y encuestas realizadas	Bases de datos de entrevistados y encuestados e informe de conclusiones.
	4. Nº de recursos, infraestructuras y capacidades identificadas	Fichas de recursos, infraestructuras y capacidades detectadas.
	5. Nº de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades identificadas	Relación de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades identificadas y documento de diagnóstico estratégico.
	6. Nº de empleados en el sector	Estadísticas de ferias y memorias anuales de las entidades receptoras de estas actividades.
	7. Facturación del sector (€)	Bases de datos estadísticas y registro de asociaciones y fundaciones
	8. VAB generado (€)	Bases de datos estadísticas y registro de asociaciones y fundaciones.
	9. Peso del sector sobre el PIB (%)	Bases de datos estadísticas y registro de asociaciones y fundaciones.
	10. Nº de tendencias relevantes identificadas en el entorno de la actividad	Informes de vigilancia competitiva emitidos.
	11. Nº de tendencias identificadas en el ámbito de las nuevas tecnologías	Informes de vigilancia competitiva emitidos.

RESULTADO	INDICADOR	MEDICIÓN / VERIFICACIÓN
R2. Impacto económico y social positivo de las actividades en las áreas de influencia	1. Nº de áreas de influencia identificadas	Listado de áreas y documento de análisis.
	2. Gasto medio de los visitantes y entidades que acuden a ferias, congresos y otros eventos en Galicia (€/persona)	Entrevistas y mesas de expertos realizadas e informe de resultados.
	3. Nº de expertos consultados	Diseño y aplicación del modelo de análisis e informe resumen de la mesa, entrevistas o expertos consultados.
	4. Nº de factores clave para el aumento del impacto socioeconómico del sector en sus áreas de influencia	Relación de factores clave y paneles de expertos realizados e informe de conclusiones.
	5. Nº de acciones para el incremento del impacto socioeconómico en sus áreas de influencia.	Listado de acciones o estrategias y documento de diseño estratégico.

RESULTADO	INDICADOR	MEDICIÓN / VERIFICACIÓN
R3. Desarrollo de una red estable de agentes del sector	1. Nº de apoyos recibidos y de miembros adheridos a la red	Hojas de apoyo, fichas de adhesión y bases de datos.
	2. Nº de documentos internos para la constitución formal de la red	Estatutos, acta fundacional, asamblea constituyente, elección de la junta directiva, inscripción en el registro de asociaciones y obtención del CIF.
	3. Nº de reuniones de la comisión de seguimiento y juntas directivas celebradas	Actas de las comisiones de seguimiento y juntas directivas celebradas en el marco de la red
	4. Nº de reuniones con agentes relacionados y miembros de la red	Informes de reuniones y hojas de firmas de asistencia.
	5. Nº de acuerdos tomados en las asambleas, juntas directivas y reuniones celebradas en el marco de la red	Actas de las asambleas, juntas directivas y reuniones celebradas en el marco de la red.
	6. Porcentaje de financiación propia sobre el total (%)	Cuotas de asociado y presupuestos anuales de la red
	7. Nº de necesidades y oportunidades de financiamiento detectadas	Relación de necesidades y oportunidades de financiamiento detectadas
	8. Nº de contactos realizados con agentes relacionados	Base de datos de contactos de la red
	9. Nº de consultas recibidas por la oficina técnica de la red	Base de datos de consultas recibidas.
	10. Nº de informes de seguimiento	Informes de seguimientos elaborados.
	11. Nº de informes de control presupuestario	Informes de control presupuestario elaborados

RESULTADO	INDICADOR	MEDICIÓN / VERIFICACIÓN
R4. Potenciación de la cooperación intersectorial e institucional	1. Nº de agentes consultados para la detección de oportunidades y necesidades de cooperación en el sector	Informes de las mesas y entrevistas realizadas y base de datos de agentes consultados.
	2. Nº de necesidades y oportunidades de cooperación detectadas	Informe y listado de necesidades y oportunidades de colaboración.
	3. Nº de proyectos en colaboración establecidos.	Convenios firmados y fichas de proyectos.
	4. Nº de empresas y entidades que intervienen en proyectos de colaboración	Base de datos de empresas y entidades que hayan establecido relaciones de colaboración.
	5. Nº de relaciones de cooperación establecidas entre agentes	Listado de relaciones establecidas.
	6. Nº de contactos establecidos con instituciones públicas	Base de datos de contactos institucionales establecidos e informes de las reuniones realizadas.

RESULTADO	INDICADOR	MEDICIÓN / VERIFICACIÓN
R5. Dinamización de flujos de información y de la comunicación 2.0	1. Nº de noticias publicadas sobre GAL-EVENTOS	Dossier anual de aparición en prensa.
	2. Valor publicitario equivalente y valor informativo obtenidos (€)	Resumen ejecutivo de aparición en prensa y tablas de cobertura.
	3. Nº de aplicaciones diseñadas con la imagen corporativa de GAL-EVENTOS	Manual de imagen corporativa.
	4. Nº de visitas de la plataforma web de GAL-EVENTOS	Estadísticas de uso de la plataforma web de la red
	5. Nº de documentación disponible en la plataforma web de GAL-EVENTOS	Estadísticas de uso de la plataforma web de la red
	6. Nº de usuarios registrados en la plataforma web de GAL-EVENTOS	Estadísticas de uso de la plataforma web de la red

RESULTADO	INDICADOR	MEDICIÓN / VERIFICACIÓN
R6. Impulso de la innovación en el sector	1. Nº de encuestas realizadas	Base de datos de agentes consultados e informes de entrevistas y encuestas realizadas.
	2. Nº de entrevistas realizadas	Base de datos de agentes consultados e informes de entrevistas y encuestas realizadas.
	3. Nº de participantes en la mesa de expertos	Base de datos de agentes consultados e informes de entrevistas y encuestas realizadas.
	4. Nº de ámbitos y necesidades de innovación identificadas	Informe de ámbitos y necesidades de innovación identificadas
	5. Nº de acciones de mejora detectadas	Informe y listado sobre acciones de mejora en innovación.
	6. Nº de consultas sobre soluciones de innovación (estratégica y organizativa, tecnológica y marketing y comercial) atendidas por la oficina técnica.	Base de datos de consultas realizadas a la oficina técnica de la red.
	7. Nº de mejoras de innovación impulsadas desde la oficina técnica de GAL-EVENTOS	Listado de mejoras de innovación impulsadas.
	8. Nº de consultas realizadas a la oficina técnica sobre nuevas oportunidades de negocio	Base de datos de consultas realizadas a la oficina técnica de la red.
	9. Nº de acciones de apoyo y asesoramiento en la implantación de nuevas oportunidades de negocio	Listado de acciones de nuevas oportunidades de negocio apoyadas y asesoradas
	10. Nº de asistentes a los eventos integra o parcialmente online	Ficha de ferias, congresos y otros eventos.
	11. Nº de eventos realizados integra o parcialmente online.	Ficha de ferias, congresos y otros eventos.

RESULTADO	INDICADOR	MEDICIÓN / VERIFICACIÓN
R7. Mejora de la transferencia del conocimiento y del empleo	1. Nº de ámbitos y necesidades de formación detectados.	Plan de acciones de mejoras de información y desarrollo del conocimiento
	2. Nº de acciones de formación propuestas.	Plan de acciones de mejoras de información y desarrollo del conocimiento
	3. Nº de jornadas/seminarios de formación realizadas	Memoria de actividades de GAL-EVENTOS, y fichas de jornadas.
	4. Nº de encuestas y entrevistas realizadas	Base de datos de encuestas y entrevistas e informe de conclusiones.
	5. Nº de asistentes a la mesa de expertos	Informe de conclusiones y hoja de control de asistencia.
	6. Nº de publicaciones y visitas al blog de la red	Estadísticas de uso de la plataforma web de la red
	7. Nº de participantes en las actividades realizadas	Listado de asistentes y ponentes en las actividades realizadas.
	8. Nº de consultas sobre mejoras de formación realizadas a la oficina técnica de la red	Base de datos de consultas de la oficina técnica de la red
	9. Nº de mejoras de formación apoyadas desde la oficina técnica de la red	Listado de mejoras apoyadas
	10. Nº de experiencias de éxito detectadas	Listado de experiencias de éxito detectadas.

RESULTADO	INDICADOR	MEDICIÓN / VERIFICACIÓN
R8. Incremento de la calidad y sostenibilidad: contribución al desarrollo sostenible	1. Nº de entrevistas realizadas	Base de datos de entrevistados e informe de conclusiones.
	2. Nº de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades detectadas para la implantación de técnicas de RSC y buenas prácticas	Listado debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades detectadas y documento de diagnóstico de RSC.
	3. Nº de técnicas de RSC detectadas	Manual de RSC en el sector.
	4. Nº de buenas prácticas detectadas en materia de medioambiente	Manual de buenas prácticas en el sector.
	5. Nº de buenas prácticas detectadas en materia de calidad	Manual de buenas prácticas en el sector.
	6. Nº de certificados de calidad y medio ambiente de las entidades adheridas a GAL-EVENTOS	Certificados de calidad y medio ambiente.
	7. Nº de indicadores propuestos para la evaluación de la aplicación de técnicas RSC	Manual de RSC
	8. Nº de consultas sobre RSC y Buenas Prácticas realizadas a la oficina técnica de la red	Base de datos de consultas de la oficina técnica de la red
	9. Nº de acciones de apoyo en la implantación de técnicas RSC y Buenas Prácticas desde la oficina técnica de la red	Listado de acciones apoyadas

RESULTADO	INDICADOR	MEDICIÓN / VERIFICACIÓN
R9. Incremento de la actividad económica del sector	1. Nº de ferias, congresos y otros eventos celebrados en Galicia	Estadísticas de ferias, congresos y otros eventos, memorias anuales de las entidades receptoras de estas actividades y fichas del sistema de información.
	2. Superficie empleada en la celebración de ferias y otros eventos en Galicia (cubierta, aire libre, nacional, internacional, entre otros)(m²)	Memoria de uso de las superficies de las distintas entidades receptoras de las actividades y fichas del sistema de información.
	3. Nº de participantes en ferias, congresos y otros eventos celebrados en Galicia	Estadísticas de ferias, memorias anuales de las entidades receptoras de estas actividades y fichas del sistema de información.
	4. Nº de visitantes acogidos en ferias, congresos y otros eventos celebrados en Galicia	Estadísticas de ferias, memorias anuales de las entidades receptoras de estas actividades y fichas del sistema de información.
	5. Nº de stands presentes en ferias y otros eventos celebrados en Galicia	Estadísticas de ferias, memorias anuales de las entidades receptoras de estas actividades y fichas del sistema de información.
	6. Porcentaje de ferias, congresos y otros eventos por ámbito de actividad principal. (%)	Estadísticas de ferias, memorias anuales de las entidades receptoras de estas actividades y fichas del sistema de información.
	7. Nº de jornadas realizadas en el marco de las ferias y otros eventos	Estadísticas de ferias, memorias anuales de las entidades receptoras de estas actividades y fichas del sistema de información.
	8. Nº de participantes y ponentes en jornadas realizadas en el marco de las ferias y otros eventos	Estadísticas de ferias, memorias anuales de las entidades receptoras de estas actividades y fichas del sistema de información.

RESULTADO	INDICADOR	MEDICIÓN / VERIFICACIÓN
<p style="text-align: center;">R10. Mejora del nivel de internacionalización del sector</p>	1. Nº de ferias, congresos y otros eventos celebrados en Galicia de carácter internacional	Estadísticas de ferias y memorias anuales de las entidades receptoras de estas actividades. Ficha de datos de cada feria.
	2. Nº de visitantes extranjeros acogidos en ferias, congresos y otros eventos celebrados en Galicia	Estadísticas de ferias, congresos y otros eventos y memorias anuales de las entidades receptoras de estas actividades.
	3. Superficie empleada por stands internacionales en la celebración de ferias y otros eventos de carácter internacional en Galicia (m ²)	Memoria de uso de las superficies de las distintas entidades receptoras de las actividades.
	4. Nº de stands internacionales presentes en ferias y otros eventos celebrados en Galicia	Estadísticas de ferias y memorias anuales de las entidades receptoras de estas actividades.
	5. Nº de entidades extranjeras con representación en ferias, congresos y otros eventos celebrados en Galicia	Estadísticas de ferias y memorias anuales de las entidades receptoras de estas actividades.
	6. Nº de propuestas de misiones al exterior realizadas.	Listado y fichas de propuestas de misiones.
	7. Nº de entrevistas realizadas para la detección de mejoras de internacionalización	Base de datos de entrevistas realizadas e informe de conclusiones
	8. Nº de encuestas para la detección de mejoras de internacionalización	Base de datos de encuestas realizadas e informe de conclusiones
	9. Nº de propuestas de mejora de internacionalización del sector	Relación de propuestas
	10. Nº de contactos realizados con oficinas de organismos españoles en el exterior (ICEX, Cámaras de Comercio, IGAPE, entre otros)	Base de datos de contactos realizados.
	11. Nº de mejoras de internacionalización impulsadas desde la oficina técnica de la red	Listado de mejoras de internacionalización impulsadas.
	12. Nº de consultas sobre internacionalización realizadas a la oficina técnica de la red	Base de datos de consultas de la oficina técnica de la red

5.4. IMPACTOS ASOCIADOS A LOS RESULTADOS.

Con la realización de este proyecto se espera que los resultados obtenidos produzcan una serie de impactos en el propio sector, así como en el conjunto del sistema empresarial gallego, lo que a su vez impulsará el objetivo común de la convergencia europea en el marco del proceso de integración europea, todo ello explicado con mayor detalle en el apartado 3 (Justificación de la necesidad y pertinencia del proyecto).

Así, se han detectado un total de 17 impactos que de forma sintética se exponen en la Tabla 10.

Tabla 10
Impactos del proyecto.

Cod.	IMPACTO
I1.	Mejora del posicionamiento de las organizaciones y Pymes del sector en el mercado global
I2.	Estabilidad laboral y generación de nuevos puestos de trabajo en el sector
I3.	Impulso de la innovación en las empresas del sector en aras de un aumento de su competitividad
I4.	Surgimiento de sinergias y de economías de escalas en el sector
I5.	Aumento de la competitividad de las organizaciones y Pymes del sector en particular, y del tejido empresarial gallego en general
I6.	Surgimiento de oportunidades de cooperación con otros sectores del sistema empresarial de Galicia
I7.	Dinamización de las economías locales y de las áreas de influencia
I8.	Aumento del protagonismo de las marcas gallegas en las esferas europeas e internacionales
I9.	Aumento de la visibilidad de Galicia en la Unión Europea y en mercados globales
I10.	Atracción de inversiones productivas a Galicia
I11.	Impulso a la internacionalización del tejido empresarial gallego
I12.	Potenciación a la imagen de Galicia como un lugar atractivo para vivir y trabajar
I13.	Aumento de la cohesión social y estabilización de la población
I14.	Reducción de la brecha digital y avance en la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC)
I15.	Impulso de la transferencia del conocimiento en el sistema empresarial gallego
I16.	Incremento de la aplicación de las técnicas de gobernanza y simplificación del proceso de generación de políticas públicas
I17.	Impulso al objetivo de convergencia con las regiones y NUTS europeas contribuyendo al proceso de integración

Siguiendo esta metodología en la siguiente matriz se puede comprobar la relación que existe entre cada resultado y los impactos que estos producen, para lo cual se han cruzado los impactos identificados (ver Tabla 10) de este proyecto con la codificación de los resultados explicada en el apartado anterior (ver Tabla 9).

	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10
I1. Mejora del posicionamiento de las organizaciones y Pymes del sector en el mercado global										
I2. Estabilidad laboral y generación de nuevos puestos de trabajo en el sector										
I3. Impulso de la innovación en las empresas del sector en aras de un aumento de su competitividad										
I4. Surgimiento de sinergias y de economías de escalas en el sector										
I5. Aumento de la competitividad de las organizaciones y Pymes del sector en particular, y del tejido empresarial gallego en general										
I6. Surgimiento de oportunidades de cooperación con otros sectores del sistema empresarial de Galicia										
I7. Dinamización de las economías locales y de las áreas de influencia										
I8. Aumento del protagonismo de las marcas gallegas en las esferas europeas e internacionales										
I9. Aumento de la visibilidad de Galicia en la Unión Europea y en mercados globales										
I10. Atracción de inversiones productivas a Galicia										
I11. Impulso a la internacionalización del tejido empresarial gallego										
I12. Potenciación a la imagen de Galicia como un lugar atractivo para vivir y trabajar										
I13. Aumento de la cohesión social y estabilización de la población										
I14. Reducción de la brecha digital y avance en la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC)										
I15. Impulso de la transferencia del conocimiento en el sistema empresarial gallego										
I16. Incremento de la aplicación de las técnicas de gobernanza y simplificación del proceso de generación de políticas públicas										
I17. Impulso al objetivo de convergencia con las regiones y NUTS europeas contribuyendo al proceso de integración										

5.5. PRESUPUESTOS.

	PROYECTO	IMPORTE	2012	2013
GT1	ESTRUCTURAS DE COORDINACIÓN, GESTIÓN Y CONTROL	38.991	26.243	12.748
	1.Preparación y elaboración del proyecto	12.495	12.495	
	2.Dirección y coordinación técnica del proyecto	20.496	10.248	10.248
	3.Seguimiento y control del proyecto	6.000	3.500	2.500
GT2	IDENTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE RECURSOS Y AGENTES RELACIONADOS	46.383	46.383	
	1.Sistema de Información de recursos y capacidades	9.500	9.500	
	2.Análisis estratégico de la actividad	15.250	15.250	
	3.Diagnóstico de situación y factores clave para la cooperación	10.650	10.650	
	4.Modelo de medición de impacto socioeconómico en el área	10.983	10.983	
GT3	ACCIONES PARA LA MEJORA COMPETITIVA DE LA ACTIVIDAD	145.575	44.840	100.735
	1.Detección de necesidades de innovación y acciones de mejora	41.065	14.525	26.540
	2.Detección de necesidades de internacionalización y acciones de mejora	32.985		32.985
	3.Mejora del conocimiento para el desarrollo de las competencias y la generación de empleo	52.200	20.200	32.000
	4.Vigilancia competitiva, experiencias de éxito y nuevas oportunidades de negocio	19.325	10.115	9.210
GT4	DISEÑO DE HERRAMIENTAS, RECURSOS Y SERVICIOS	92.748	62.498	30.250
	1.Constitución y desarrollo de la red de cooperación (Clúster)	15.243	15.243	
	2.Desarrollo de la Plataforma Web y otras herramientas colaborativas	17.480	17.480	
	3.Observatorio GAL-EVENTOS	16.300	16.300	
	4.Servicios de apoyo y asesoramiento	30.250		30.250
	5.Estudio de viabilidad de una central de compras	13.475	13.475	
GT5	ACCIONES DE COMUNICACIÓN, DIFUSIÓN Y SOSTENIBILIDAD	87.280	18.065	69.215
	1.Plan de comunicación e imagen corporativa	19.000	9.500	9.500
	2.Foro internacional de organizadores de eventos	38.450		38.450
	3.Manual de Buenas Prácticas y de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)	17.130	8.565	8.565
	4.Plan de sostenibilidad	12.700		12.700
	TOTALES (IVA no incluido)	410.977	198.029	212.948