*Juan Puchalt Sanchis**

LA EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD FERIA EN ASIA-PACÍFICO

La organización y celebración de ferias comerciales es una actividad de plena actualidad, que se extiende por la mayor parte de países. En este trabajo se estudia la actividad ferial en Asia-Pacífico para conocer su situación actual y su evolución en el periodo 2004-2014. Mediante el análisis estadístico y tomando como fuente la información de asociaciones internacionales de ferias, se obtienen interesantes conclusiones sobre sus características y comportamiento, tendencias e ideas valiosas para los agentes feriales y las empresas que puedan operar o participar en futuros eventos. La región analizada presenta un notable dinamismo, encabezado por China, en paralelo con el propio desarrollo de sus economías.

Palabras clave: ferias comerciales, *marketing*, desarrollo económico, comercio exterior, infraestructura comercial.

Clasificación JEL: D12, F14, M31, M37.

1. Introducción

Ya existieron ferias en antiguas civilizaciones, como la griega o la romana, que fueron evolucionando a lo largo de los siglos, adaptándose a las necesidades económicas de cada momento. La mayoría de las principales ferias europeas tienen su origen en la expansión económica y la política territorial, religiosa y comercial empleada en la época carolingia (Carreras y Torra, 2004). La celebración de ferias en la Edad Media, especialmente a partir del siglo XII, ayuda a comprender cómo afectan las mismas al comercio y a la compraventa de productos variados y de diferente procedencia. En España se llegan a celebrar numerosas ferias en la Edad Media, en distintas localidades y regiones.

Por ejemplo, se contabilizan alrededor de cien concesiones de nuevas ferias a distintas poblaciones catalanas, dentro de la antigua Corona de Aragón, entre los años 1035 y 1443 (Carreras y Torra, 2004). Algunas ferias, en la Corona de Castilla, llegaron a alcanzar un gran reconocimiento, como las de Villalón, Medina de Rioseco y Medina del Campo. Pero la mayor parte de estas ferias desaparecieron con el paso del tiempo. A finales del siglo XIX y principios del XX comienzan a celebrarse ferias de nueva creación en diferentes ciudades europeas, como fue la de Valencia en el caso español, a partir de 1917 (Lluch, 1982), a la que sucederían otras, y que fueron, en primer lugar, de carácter multisectorial y dirigidas al consumidor, y derivarían en su mayoría, a partir de los años sesenta, en ferias especializadas o monográficas, similares a como son hoy en día.

* Profesor en ESIC Business & Marketing School (Campus Valencia). Profesor-consultor-especialista en ferias comerciales.

Versión de abril de 2016.

Las actuales manifestaciones feriales distan mucho de los antiguos mercados y ferias de la época, si bien su finalidad, en última instancia, sigue siendo la comercial principalmente. Pero a las ferias actuales se les asignan múltiples funciones: comunicación, promoción, ventas, relaciones, intercambio de información, investigación, fidelización de clientes, posicionamiento, distribución, formación, test de mercado y de producto, entre otras (Puchalt, 2001). De hecho, en las ferias coinciden, antes, durante y después de las mismas, casi todas las variables relacionadas con la comunicación empresarial (Munuera *et al.*, 1993). Para Stevens (2005) las ferias son destacados medios de comunicación, pues combinan de forma única ventas y *marketing*, aprovechando las ventajas y oportunidades de ambas. Las ferias favorecen el desarrollo económico y facilitan el cumplimiento de los objetivos empresariales de las firmas expositoras, de los visitantes, de las organizaciones feriales y de otras empresas proveedoras. Muchos de los trabajos relativos a las ferias hacen alusión a las notables posibilidades que ofrecen para lograr contactos de calidad en un corto período de tiempo (Munuera *et al.*, 1995; Puchalt, 2001; Jiménez *et al.*, 2002; Mesonero, 2004). Suponen una excelente oportunidad para el contacto cara a cara con múltiples colectivos relacionados con la empresa que participa en la feria como expositora: además de los clientes actuales y potenciales, intermediarios actuales y futuros, proveedores, accionistas, empresas competidoras, directivos, empleados y colaboradores, Administración, estudiantes y la sociedad en general (Godar y O'Connor, 2001). Para los visitantes, ya sean profesionales o consumidores, las ferias comerciales permiten conocer, en tan solo unos días, la situación del sector, las últimas novedades y soluciones, la importancia de los expositores, las acciones de comunicación realizadas, los niveles de competencia, y los precios y condiciones, entre otros aspectos.

En definitiva, podemos definir las ferias comerciales como eventos, de unos pocos días de duración, habitualmente de celebración periódica, y con una función de *marketing*, en el que un determinado número de empresas de uno o más sectores económicos —expositores— participa en los mismos, para exponer sus productos o servicios y para ponerse en contacto con otras empresas clientes —reales o potenciales—, profesionales, prescriptores, o consumidores, que asisten a dichos eventos como visitantes y, tanto unos como otros, fundamentalmente con fines comerciales, de investigación y para intercambiar información, ideas y opiniones (Puchalt, 2001).

El objetivo del presente trabajo es el de conocer la envergadura de la actividad ferial en Asia-Pacífico, sus características, el comportamiento y evolución de sus distintos parámetros en la última década y otros aspectos de interés. Para ello se analizan principalmente quince países de la zona. El directorio m+a, al que se alude un poco más adelante, permite ver que en otros países del área geográfica también se celebran ferias, aunque no presentan cifras significativas: Afganistán, Bangladesh, Camboya, Myanmar, Sri Lanka y Nueva Zelanda, entre otros.

2. Panorama del sector ferial en Asia-Pacífico

La asociación internacional UFI¹, The Global Association of the Exhibition Industry, estima que actualmente se celebran unas 31.000 ferias al año en todo el mundo, que suponen una ocupación de 124 millones de metros cuadrados de superficie de exposición neta y en las que participan 4,4 millones de empresas expositoras y 260 millones de visitantes (UFI, 2014). Por otra parte, el conocido directorio y buscador ferial m+a² presenta ▷

¹ www.ufi.org

² www.expodatabase.com (consulta realizada en octubre de 2015).

CUADRO 1
EVOLUCIÓN DEL PIB ANUAL EN PAÍSES DE ASIA-PACÍFICO EN 2004-2014

Países	Crecimiento del PIB (%)											Crecimiento medio (%)
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
China ¹	10,1	11,4	12,7	14,2	9,6	9,2	10,6	9,5	7,8	7,7	7,3	10,0
Japón.....	2,4	1,3	1,7	2,2	-1,0	-5,5	4,7	-0,5	1,8	1,6	-0,1	0,8
Corea del Sur.....	4,9	3,9	5,2	5,5	2,8	0,7	6,5	3,7	2,3	2,9	3,3	3,8
Hong Kong.....	8,7	7,4	7,0	6,5	2,1	-2,5	6,8	4,8	1,7	3,1	2,5	4,4
India.....	7,9	9,3	9,3	9,8	3,9	8,5	10,3	6,6	5,1	6,9	7,3	7,7
Australia.....	4,1	3,2	3,0	3,8	3,7	1,8	2,0	2,4	3,6	2,4	2,5	3,0
Tailandia.....	6,3	4,2	5,0	5,4	1,7	-0,7	7,5	0,8	7,3	2,8	0,9	3,7
Singapur.....	9,5	7,5	8,9	9,1	1,8	-0,6	15,2	6,2	3,4	4,4	2,9	6,2
Indonesia.....	5,0	5,7	5,5	6,3	6,0	4,6	6,2	6,2	6,0	5,6	5,0	5,6
Filipinas.....	6,7	4,8	5,2	6,6	4,2	1,1	7,6	2,6	-1,4	-1,1	-0,4	3,3
Malasia.....	6,8	5,3	5,6	6,3	4,8	-1,5	7,4	5,3	5,5	4,7	6	5,1
Pakistán.....	7,4	7,7	6,2	4,8	1,7	2,8	1,6	2,7	3,5	4,4	4,7	4,3
Vietnam.....	7,5	7,5	7,0	7,1	5,7	5,4	6,4	6,2	5,2	5,4	6,0	6,3
Macao.....	26,9	8,6	14,4	14,3	3,4	1,7	27,5	21,3	9,2	10,7	-0,4	12,5
Crecim. medio (%)	8,2	6,3	6,9	7,3	3,6	1,8	8,6	5,6	4,4	4,4	3,4	5,5

¹ Los datos relativos a Taiwán no aparecen desglosados en la fuente consultada.

Fuente: elaboración propia con datos del Banco Mundial (www.bancomundial.org).

datos de ferias que se celebran en 1.482 ciudades de 126 países. Otro directorio y buscador, EventsEye³, contiene eventos que tienen lugar en 1.016 ciudades de 134 países. Se trata por tanto de una actividad muy extendida y habitual en un gran número de países.

Europa representaba más de la mitad del mercado mundial de ferias en el año 2004, y actualmente dispone de la mayor capacidad de exposición y reúne los mayores recintos feriales y a los principales organizadores, sobre los que recae el mayor porcentaje de la actividad (Puchalt, 2008). EEUU y Canadá registran asimismo cifras muy relevantes. Incluyendo los más de 5.500 eventos de pequeñas dimensiones, entre 280 y 930 m², se estiman al año más de 14.000 certámenes (Puchalt y Munuera, 2008). Por otra parte, como iremos viendo, la industria ferial en los países de Asia-Pacífico muestra un notable dinamismo en toda la última década analizada, liderado especialmente por China.

El Cuadro 1 muestra la evolución económica de Asia-Pacífico desde 2004 a 2014, a través del crecimiento anual del producto interior bruto en diferentes países, con datos procedentes del Banco Mundial⁴. El crecimiento medio anual

conjunto es del 5,5 por 100. Destaca el crecimiento medio del PIB de: Macao (12,5 por 100), China (10), India (7,7), Vietnam (6,3), Singapur (6,2) e Indonesia (5,6). Y también es de señalar el escaso crecimiento medio anual de Japón, del 0,8 por 100.

La UFI (2014) estima que la cuota de Asia-Pacífico sobre el total mundial, en términos de ocupación ferial, pasó del 14,9 por 100 en 2008 al 17,4 por 100 en 2012, como muestra el Cuadro 2, es decir, registró un aumento de la cuota del 9,1 por 100, mientras Europa y Norteamérica –EEUU y Canadá– disminuyeron su participación en dicho periodo, un 12,5 y un 8,6 por 100 respectivamente, pasando del 40 por 100 de cuota al 37,3 por 100 en el caso de Europa, y del 39,5 al 38,4 por 100 en el caso de Norteamérica. La UFI (2014), estima igualmente que las ferias de China en 2012 totalizaron 13,7 millones de m² de espacio alquilado. Estos datos relativos a Asia-Pacífico contrastan con los que presentan las investigaciones de BSG (Business Strategies Group) a lo largo de la década, y recogidos en este trabajo, pero la propia UFI (2014) apunta que estos últimos vienen a representar realmente el 75 por 100 de la actividad en la región en términos de espacio alquilado, porcentaje que podría extrapolarse a otros datos de este artículo.

³ www.eventseye.com (consulta realizada en octubre de 2015).

⁴ www.bancomundial.org

CUADRO 2
EVOLUCIÓN DE LA OCUPACIÓN FERIA POR ZONAS GEOGRÁFICAS

Zonas geográficas	2008		2010		2012		%	%	%
	Ocupación (mill. m ²)	%	Ocupación (mill. m ²)	%	Ocupación (mill. m ²)	%	Variación 2010/08	Variación 2012/10	Variación 2012/08
Europa	53,0	40,0	47,7	39,2	46,4	37,3	-10	-2,7	-12,5
Norteamérica	52,3	39,5	45,6	37,4	47,8	38,4	-12,8	2,8	-8,6
Asia Pacífico	19,8	14,9	20,6	16,9	21,6	17,4	4,0	4,9	9,1
América Central y Sur	4,0	3,0	4,4	3,6	5,1	4,1	10,0	15,9	27,5
Oriente Medio	2,4	1,8	2,5	2,0	2,6	2,1	4,2	4,0	8,3
África	1,0	0,8	1,0	0,8	1,0	0,8	0,0	0,0	0,0
Total	132,5	100,0	121,8	100,0	124,5	100,0	-8,1	100,0	-6,8

Fuente: UFI (2014).

CUADRO 3
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE FERIAS CELEBRADAS EN ASIA-PACÍFICO EN 2004-2014

Países	Número de ferias											Porcentaje s/total 2014	Variación 14/04 ¹ (%)	Crecimiento medio anual (%)
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014			
China	555	567	587	456	493	514	517	532	542	565	619	29,0	11,5	1,5
Japón	476	473	475	362	360	326	329	323	332	329	338	15,9	-29,0	-3,0
Corea del Sur	141	139	140	151	146	154	147	152	156	160	158	7,4	12,1	1,2
Hong Kong	56	55	82	84	85	88	98	101	113	109	95	4,5	69,6	6,4
India	130	130	158	113	131	112	127	134	138	145	162	7,6	24,6	3,3
Australia	nd	nd	151	168	165	166	166	171	176	179	182	8,5	20,5	2,8
Taiwán	47	58	60	46	62	63	74	80	74	89	102	4,8	117,0	9,3
Tailandia	65	56	69	63	71	75	71	77	83	77	88	4,1	35,4	3,7
Singapur	53	52	59	52	69	74	80	97	86	93	88	4,1	66,0	6,0
Indonesia	56	55	54	48	41	43	43	47	49	51	63	3,0	12,5	1,7
Filipinas	62	62	59	58	35	36	38	41	43	44	46	2,2	-25,8	-1,8
Malasia	41	54	57	53	47	43	49	57	64	77	78	3,7	90,2	7,5
Pakistán	17	17	32	21	25	26	27	28	28	29	29	1,4	70,6	8,8
Vietnam	48	41	56	47	47	47	50	51	55	57	58	2,7	20,8	2,8
Macao	nd	nd	nd	10	16	15	17	14	9	9	26	1,2	160,0	28,9
Total	1.747	1.759	2.039	1.732	1.793	1.782	1.833	1.905	1.948	2.013	2.132	100,0	22,0	2,3

¹ El primer dato tomado para el cálculo de Australia corresponde a 2006 y el de Macao a 2007.

nd: no disponible.

Fuente: elaboración propia con datos de UFI-BSG (2005-2015).

En el Cuadro 3 puede observarse la evolución en el número de ferias desde 2004 a 2014 en los 15 países analizados. En ese periodo, el incremento conjunto ha sido del 22 por 100, alcanzando la cifra máxima, 2.132 eventos, en el último año. El crecimiento anual medio se sitúa en el 2,3 por 100. El comportamiento ha sido desigual para los diferentes países, registrando descensos únicamente en el caso de Japón, un 29 por 100, es decir 138 ferias menos en 2014 que en 2004, y Filipinas, un 25,8 por 100 (-16 ferias). Los incrementos más significativos los presentan: Macao (160 por 100, desde 2007), Taiwán (117), Malasia (90,2), Pakistán (70,6), Hong Kong (69,6) y Singapur (66).

Las investigaciones relativas a toda la década analizada, como muestra el Cuadro 4, revelan que la ocupación del espacio neto en las ferias de Asia-Pacífico pasó de 8.188.250 m² en 2004 a 18.641.750 m² en 2014, lo que representa un crecimiento del 127,7 por 100, es decir un porcentaje cinco veces mayor al producido con relación al número de ferias celebradas. Además, dicho crecimiento se produce año tras año sin excepción. El crecimiento medio anual en materia de ocupación, para el conjunto de países, fue del 8,8 por 100, frente al 2,3 por 100 mencionado anteriormente, relativo a las ferias celebradas (UFI-BSG, 2005-2015). Del total de las ferias registradas en 2014, corresponde a China el 29 por 100, es decir 619, ▷

LA EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD FERIA EN ASIA-PACÍFICO

CUADRO 4
EVOLUCIÓN DE LA SUPERFICIE OCUPADA EN LAS FERIAS CELEBRADAS EN ASIA-PACÍFICO EN 2004-2014

Países	Superficie neta (m²)						
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
China	3.551.500	4.174.000	5.088.500	6.716.250	7.647.500	8.163.250	8.517.500
Japón	2.107.000	2.156.750	2.174.250	2.196.750	2.056.750	1.977.500	1.928.250
Corea del Sur ...	509.000	515.250	528.000	694.500	745.750	774.750	802.750
Hong Kong	501.000	523.250	776.250	803.750	822.500	787.000	870.000
India	427.500	380.750	526.000	648.250	693.500	703.500	763.750
Australia	nd	nd	410.250	445.250	510.250	519.500	528.000
Taiwán	301.250	341.000	409.750	365.000	458.500	487.250	552.000
Tailandia	191.750	274.250	380.500	373.750	448.750	466.500	432.500
Singapur	179.250	182.000	201.500	206.250	229.250	241.250	250.000
Indonesia	123.250	171.000	169.500	186.500	161.000	163.250	167.750
Filipinas	120.250	124.250	114.000	92.750	80.500	82.000	128.250
Malasia	110.250	165.500	246.000	247.250	223.250	233.750	265.000
Pakistán	38.000	41.250	61.500	67.000	64.250	64.750	66.750
Vietnam	28.250	63.500	109.000	113.500	140.750	141.250	141.500
Macao	nd	nd	nd	39.250	66.250	97.750	125.000
Total	8.188.250	9.112.750	11.195.000	13.196.000	14.348.750	14.903.250	15.539.000

nd: no disponible.

Fuente: elaboración propia con datos de UFI-BSG (2005-2015).

CUADRO 4 (continuación)
EVOLUCIÓN DE LA SUPERFICIE OCUPADA EN LAS FERIAS CELEBRADAS EN ASIA-PACÍFICO EN 2004-2014

Países	2011	2012	2013	2014	Porcentaje s/total 2014	Variación 2014/2004 (%) ¹	Crecimiento medio anual (%)
China	8.733.750	8.996.000	9.719.750	10.443.000	56	194	11,7
Japón	1.873.000	1.932.750	1.977.000	2.026.750	10,9	-3,8	-0,3
Corea del Sur ...	820.250	826.750	854.500	924.750	5,0	81,7	6,5
Hong Kong	880.000	876.500	906.000	934.750	5,0	86,6	7,2
India	789.000	810.750	854.750	920.000	5,0	115,2	8,7
Australia	522.750	536.750	556.250	574.000	3,1	39,9	4,4
Taiwán	619.250	629.250	716.250	779.250	4,2	158,7	10,4
Tailandia	462.500	464.250	506.250	550.000	3,0	186,8	12,2
Singapur	286.500	296.000	329.250	332.500	1,8	85,5	6,5
Indonesia	178.000	189.750	203.000	221.750	1,2	79,9	6,7
Filipinas	139.500	145.000	151.250	164.500	0,9	36,8	4,7
Malasia	302.500	308.250	300.000	321.000	1,7	191,2	12,8
Pakistán	70.750	72.500	77.000	81.750	0,4	115,1	8,7
Vietnam	143.250	150.250	158.750	170.250	0,9	502,7	24,4
Macao	84.500	72.500	72.500	197.500	1,1	403,2	38,6
Total	15.905.500	16.307.250	17.382.500	18.641.750	100,0	127,7	8,8

¹ El primer dato tomado para el cálculo de Australia corresponde a 2006 y el de Macao a 2007.

Fuente: elaboración propia con datos de UFI-BSG (2005-2015).

y el 56 por 100 de la superficie total, 10.443.000 m². A Japón, el segundo país con mayor actividad, corresponde un 15,9 por 100 de las ferias, 338, y un 11 por 100 de la superficie total. Australia es el tercer país en número de ferias, 182, es decir el 8,2 por 100 de las ferias totales, y el 3,1 por 100 de la superficie ocupada global.

Los países con incrementos iguales o superiores a la media entre 2004 y 2014, en materia de superficie ocupada, son: Vietnam (502,7 por 100), Macao (403,2), Malasia (191,2),

Tailandia (186,8), Taiwán (158,7), India (115,2) y Paquistán (115,1). Al comparar sus datos de ocupación de ambos años, Japón es el único país que registra una disminución, del 3,8 por 100, frente a la del 29 por 100 en el número de ferias, si bien muestra crecimientos sucesivos en dicho parámetro desde 2004 a 2007 y desde 2011 a 2014. La ocupación conjunta de los cinco primeros países por dicho concepto, China, Japón, Corea, Hong Kong e India, representa casi el 82 por 100 del total, porcentaje que ▷

CUADRO 5
PRINCIPALES ORGANIZADORES FERIALES EN ASIA PACÍFICO

Organizadores	Sede principal
1. China Foreign Trade Centre Group	Guangzhou
2. Hong Kong Trade Development Council – HKTDC	Hong Kong
3. UBM Asia Ltd. (anteriormente CMP Asia)	Hong Kong
4. China Council for the Promotion of International Trade	Beijing
5. Reed Exhibitions	Singapur/Beijing
6. Allworld Exhibitions – Asia	Varias
7. Dongguan Famous Furniture Association	Dongguan
8. Taiwan External Trade Development Council - TAITRA	Taiwán
9. Japan Management Association	Tokio
10. Messe Frankfurt	Hong Kong
11. Department of Export Promotion, Thailand	Bangkok
12. Shenzhen Furniture Association	Shenzhen
13. Export Promotion Council for Handicrafts	India
14. Messe Köln	Singapur
15. China Foreign Trade Guangzhou Exhibition Corporation	Guangzhou
16. Shanghai EastBest International Group Co. Ltd.	Shanghai

Fuente: *UFI-BSG (2005-2012)*.

CUADRO 6
FERIAS DE ORGANIZADORES ALEMANES FUERA DE SU PAÍS

Áreas geográficas	Número de ferias									Porcentaje s/total 2016	Variación 16/01 (%)	Variación 16/09 (%)
	2001	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016			
Asia	41	118	124	130	141	140	163	156	160	50,2	290,2	35,6
Europa (no UE)	20	46	52	68	61	65	66	69	70	21,9	360,0	52,2
Unión Europea	20	5	6	18	22	19	22	22	22	6,9	360,0	340,0
Norteamérica	5	7	9	8	12	13	21	19	25	7,8	400,0	257,1
Latinoamérica	18	14	15	17	14	21	14	19	19	6,0	5,6	35,7
Oriente Medio	0	17	15	18	13	14	11	18	15	4,7	1.500	-11,8
África	2	3	3	3	2	4	4	10	6	1,9	200,0	100,0
Australia-Oceanía	1	1	2	1	1	1	2	2	2	0,6	100,0	100,0
Total	87	211	226	263	266	277	303	315	319	100,0	266,7	51,2

Fuente: *elaboración propia con datos de AUMA (2002, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015a, 2015b)*.

alcanza el 89,2 añadiendo los datos de superficie de Taiwán y de Australia. Además, China es el segundo país del mundo en materia de ocupación ferial, por delante de Alemania, y sólo superado por EEUU (UFI, 2014).

3. Organizadores de ferias en la región

Los principales organizadores que operan en Asia-Pacífico, tomando como referencia la superficie ocupada por sus ferias, aparecen detallados en el Cuadro 5, según la información procedente de varias ediciones de UFI-BSG (2005-2012). Entre ellas cabe destacar la presencia de algunos de los mayores operadores mundiales: Reed Exhibitions, UBM, Messe Frankfurt y Messe Köln, todos ellos europeos, y con oficinas en Asia.

En materia de ferias, es relevante el protagonismo de los organizadores de países ajenos al área objeto de estudio, fundamentalmente de Europa. En el caso de las organizaciones alemanas, este tipo de actividades es creciente año tras año, como puede observarse en el Cuadro 6. De acuerdo con la asociación de ferias alemanas AUMA⁵ (2015a), en 2014, las 21 entidades de Alemania miembros de dicha asociación y de FAMA⁶, organizaron 303 ferias en el exterior del país, basadas en certámenes celebrados con éxito en su sede habitual. De las 303 ferias, 163 tuvieron lugar en Asia (53,8 por 100) y 2 en Australia (0,7 por 100). El resto, 66, corresponden a países europeos no comunitarios (21,8 por 100); 22 a países de la ▷

⁵ www.auma.de (Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.).

⁶ www.fama.de (Fachverband Messen und Ausstellungen e.V.).

Unión Europea (7,3 por 100); 21 a Norteamérica (6,9 por 100); 14 a Latinoamérica (4,6 por 100); 11 a Oriente Medio (3,6 por 100); y 4 a África (1,3 por 100). Se trata de ferias que cubren muy diferentes sectores: maquinaria, industria textil, alimentación, agricultura y actividad forestal, tecnología médica, construcción, etcétera. La ocupación neta total de las ferias organizadas en el exterior fue de 3,7 millones de m², el número de expositores 124.000, y el número de visitantes se situó en 7,3 millones (AUMA, 2015a).

En 2015 se celebraron 315 de estas ferias fuera de Alemania, y la previsión para 2016 es de 319, en 37 países diferentes, organizadas por 18 miembros de AUMA, destacando nuevamente Asia, con 160 eventos, seguida de la Europa no comunitaria con 70 ferias, Norteamérica 25, países de la Unión Europea 22, Latinoamérica 19, Oriente Medio 15, África 6 y Australia/Oceanía 2 (AUMA (2015b).

Atendiendo a los datos que muestra el Cuadro 6, la mitad de las ferias organizadas por entidades alemanas en el exterior son llevadas a cabo en Asia-Pacífico, lo que demuestra el interés de los organizadores por dichos mercados, así como el de las empresas que, como expositoras, invierten y confían en el instrumento ferial en los países y regiones mencionados. En 2016 el foco principal de la actividad ferial alemana en el exterior se centra en China, India, Rusia, Turquía y EEUU, suponiendo estos cinco países dos terceras partes de las 319 ferias previstas. Concretamente, las ferias que se celebran en 2016 en Asia-Pacífico se concentran principalmente en China, en las ciudades de Shanghái, Guangzhou, Beijing, Chengdu, Foshan, Nanjing, Shenzhen, Wuhan y Yiwu –principalmente en las tres primeras–, así como en Hong Kong y Macao. En India, las ferias previstas tienen lugar en Mumbai, Nueva Delhi, Ahmedabad, Bangalore, Chennai, Coimbatore, Dhansura, Gandhinagar, Gurgaon/Delhi, Hyderabad y Karnal, en especial en las

dos primeras. En Japón, en Tokio, Osaka y Fukuoka; en Indonesia, Yakarta; en Tailandia, Bangkok; en Vietnam, Ho Chi Minh; en Australia, Melbourne y Sídney y otros países en los que organizan ferias los operadores alemanes son Singapur y Taiwán (AUMA, 2015b). Por tanto, un porcentaje importante de las ferias celebradas en Asia-Pacífico corresponde a organizadores alemanes.

4. Análisis sectorial

Si analizamos el comportamiento de las ferias desde el punto de vista sectorial, en 2014, el sector de ingeniería y productos industriales, con 2,12 millones de m² de espacio ocupado, se mantiene como el más representado. El segundo es el de productos terminados en general, con una ocupación de 1,91 millones de m². El sector del mueble, el tercero más representado, totaliza 1,78 millones de m². Otros seis sectores registran ocupaciones por encima del millón de m²: electrónica, alimentación y bebidas, textiles, ocio, construcción y automoción (UFI-BSG, 2015). Como muestra el Cuadro 7, el peso de los sectores se ha mantenido bastante invariable desde las primeras investigaciones por parte de BSG en 2005. Solo las categorías correspondientes a productos industriales y productos terminados en general superaron el 10 por 100 del espacio ocupado en 2014. El sector del mueble e interiorismo estuvo ligeramente por debajo del 10 por 100. En un segundo bloque podrían situarse otros siete sectores que alcanzaron un porcentaje entre el 5 y el 10 por 100: electrónica y componentes, que ha pasado del 5 al 7 por 100; textiles, ropa y moda; alimentación, bebidas y *hospitality*; ocio, *hobby* y entretenimiento; automóviles y motocicletas; construcción e infraestructuras, que ha pasado del 3 al 6 por 100; y productos *premium*, hogar, regalos y juguetes, que ha disminuido su presencia, pasando, de suponer el 9 por 100 en 2004, ▷

CUADRO 7
EVOLUCIÓN DE LOS SECTORES PRESENTES EN LAS FERIAS CELEBRADAS EN ASIA-PACÍFICO
 (En términos porcentuales)

Sectores	2004 (%)	2005 (%)	2006 (%)	-	2012 (%)	2013 (%)	2014 (%)
Ingeniería, industria, manufacturas, maquinaria, instrumentos.....	10	11	11	-	10	10	11
General (productos terminados).....	10	10	8	-	10	10	10
Mueble, interiorismo	9	9	12	-	10	10	10
Productos <i>premium</i> , hogar, regalos, juguetes.....	9	7	8	-	6	5	5
Textiles, ropa, moda	7	8	8	-	6	6	6
Alimentación, bebidas, <i>hospitality</i>	7	6	6	-	6	6	6
TI y telecomunicaciones	6	6	5	-	4	4	4
Ocio, <i>hobby</i> y entretenimiento.....	5	5	6	-	6	6	6
Electrónica y componentes	5	6	6	-	6	6	7
Automóviles y motocicletas	5	5	4	-	5	5	6
Joyería, relojería y accesorios.....	4	3	4	-	3	3	3
Salud y equipo médico	3	5	4	-	4	4	4
Construcción, infraestructuras.....	3	4	5	-	6	6	6
Impresión, publicaciones, embalaje	4	2	3	-	3	3	3
Servicios a la empresa, <i>retail</i>	2	2	2	-	2	2	2
Protección medio ambiente	2	2	1	-	-	-	-
Belleza, cosmética.....	1	2	2	-	2	2	2
Viajes	1	1	1	-	-	-	-
Agricultura, silvicultura, pesca	1	-	-	-	1	1	-
Seguridad, protección incendios, defensa.....	-	1	1	-	2	2	2
Transporte, logística, marítimo	-	1	1	-	-	-	1
Energía, petróleo, gas	-	-	-	-	2	2	2
Óptica	-	-	-	-	1	1	1
Otros	7	4	3	-	4	4	4

Los sectores con pequeña representación aparecen agrupados en otros. Los años centrales de la serie no están disponibles en las fuentes consultadas. Los totales pueden sumar más o menos que 100 por los redondeos en los porcentajes individuales.

Fuente: elaboración propia con datos de UFI-BSG (2005, 2006, 2007, 2013, 2014, 2015).

CUADRO 8
SECTORES PRESENTES EN LAS FERIAS DE ASIA-PACÍFICO EN 2012

Sectores	Ferias	Ocupación (mill. m²)	Tamaño medio por feria (m²)
Construcción, hogar y reparación.....	181	2,6	14.370
Maquinaria industrial/pesada y acabados	346	2,3	6.777
Servicios discrecionales al consumidor, educación y artículos deportivos / Viajes / Ocio....	277	2,3	8.348
Agricultura / Forestal / Pesca y energía / Petróleo / Gas / Química	107	0,6	5.460
Alimentos y bebidas, <i>Hospitality</i>	174	1	5.662
Bienes de consumo y comercio minorista.....	190	3,1	16.447
Transporte.....	130	1,1	8.154
Electrónica, componentes, informática y telecomunicaciones	204	1,7	8.398
Atención médica y sanitaria.....	134	0,9	6.343
Seguridad, seguridad contra incendios, defensa	67	0,3	4.795
Servicios empresariales y financieros / legales / inmobiliarios	95	0,4	4.316
Total.....	1.905	16,3	8.560

Fuente: UFI (2014).

a representar el 5 por 100 en 2014. Los 13 sectores restantes estarían por debajo del 5 por 100 respecto al total. De estos, el de tecnologías de la información y telecomunicaciones, pasa del 6 al 4 por 100 entre 2004 y 2014.

Adicionalmente, el Cuadro 8 recoge los datos de la UFI (2014) relativos al número de ferias celebradas, al espacio alquilado y al tamaño medio por feria en cada uno de los sectores, con datos pertenecientes a 2012. Por número

de ferias, sobresalen los sectores de maquinaria industrial, con 346; servicios al consumidor, educación, deportes, viajes y ocio, con 277; y electrónica, informática y telecomunicaciones, con 204. En cuanto a la superficie ocupada, destacan los sectores de: bienes de consumo; construcción y hogar; maquinaria industria y servicios al consumidor, con más de 2 millones de m² cada uno.

Entre las ferias organizadas por operadores alemanes en Asia, a las que se aludía en el ▷

apartado anterior, las cuatro con mayor número de expositores en 2014 tuvieron lugar en Shanghái. Automechanika Shanghai (industria del automóvil) reunió a 5.036 expositores; la edición de otoño de Intertextile Shanghai Apparel Fabrics (industria textil) alcanzó 3.844 expositores; Bauma China (construcción) tuvo 3.098 expositores y CHINAPLAS (plástico y caucho) 3.068. La quinta feria fue Guangzhou International Lighting Exhibition (iluminación), en Cantón, con 2.621 expositores, y la siguiente fue CIHS, China International Hardware Show (herramientas y maquinaria), también en Shanghái, con 2.610 expositores (AUMA, 2015a). Las tres ferias con mayor número de visitantes en 2014 fueron: Auto China (850.000 visitantes), CDMS, Chengdu Motor Show (674.500 visitantes) y Wuhan Motor Show (452.000 visitantes), todas del automóvil. Después de estas tres ferias dirigidas al público final, la siguiente por número de visitantes fue Bauma China, la feria de la construcción, con 189.732 visitantes. Todas ellas son cifras muy elevadas que permiten hacerse una idea de su gran envergadura.

Las ferias celebradas en China ese mismo año suponen el 30 por 100 del calendario que AUMA denomina GTQ (German Trade Fair Quality Abroad), que asciende a 90 ferias y el 56 por 100 de la superficie neta total, unos 2 millones de m², así como el 50 por 100 de los expositores y el 63 por 100 de los visitantes. Otro país con un importante número de ferias en 2014, con la etiqueta GTQ, fue India, con 45 ferias, el 15 por 100 del total, si bien ello supuso solamente el 4 por 100 de la superficie ocupada, cerca de 160.000 m², cerca del 5 por 100 de los visitantes y alrededor del 6 por 100 de los expositores.

5. Ingresos estimados

El Cuadro 9 muestra la evolución detallada de los ingresos estimados que genera la actividad ferial para los organizadores y recintos feriales

en los distintos países, en dólares, producidos durante la década analizada.

Los ingresos producidos en la década han crecido cerca de un 150 por 100 para el conjunto de países de Asia-Pacífico, pasando de 1.885 millones de dólares en 2004 (sin tener en cuenta Australia y Macao, cuyos datos todavía no aparecen en la serie) a cerca de 4.707 millones de dólares en 2014. El crecimiento es superior al de la superficie ocupada, del 127,7 por 100 (Cuadro 4). Dicho crecimiento en los ingresos se produce todos los años de la serie, salvo en 2009, si bien, no es uniforme para todos los países. El crecimiento medio anual es del 11,1 por 100. En términos relativos, destacan: Vietnam (509,5 por 100), Macao (356,3) entre 2007 y 2014, Tailandia (331,1), Malasia (287,3), Taiwán (193,3), India (192,3) y China (171,4). Por el contrario, Filipinas es el único país que registra un crecimiento muy leve, de tan solo un 5 por 100, país al que le sigue Japón con un crecimiento del 61,9 por 100, en contraste con su comportamiento negativo neto en materia de superficie (-3,8 por 100) y en el número de ferias (-29 por 100). Como ocurre con el resto de parámetros, la actividad ferial de China reúne el mayor porcentaje de ingresos en 2014, el 35,9 por 100 del total (33 por 100 en 2004), con 1.691 millones de dólares, aunque supone el 56 por 100 de la superficie global y el 29 por 100 de las ferias. El segundo país por ingresos, Japón, con 961 millones de dólares en 2014, representa un 20,4 por 100 del total (31,5 por 100 en 2004), mientras que supone un 10,9 por 100 de la superficie y un 15,9 por 100 de las ferias totales. El tercero de los países es Hong Kong, con 414,5 millones de dólares en 2014, que suponen el 8,8 por 100 (10,1 en 2004), frente al 5 por 100 de la superficie y el 4,5 en el número de ferias.

6. Recintos feriales

Cuando comienza a analizarse el sector ferial en Asia-Pacífico en 2005 se detecta que ▷

CUADRO 9
EVOLUCIÓN DE LOS INGRESOS ESTIMADOS GENERADOS POR LA ACTIVIDAD FERIA EN ASIA-PACÍFICO EN 2004-2014

Países	Ingresos estimados (USD)					
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
China	623.007.500	670.715.250	759.823.000	1.115.794.500	1.334.142.000	1.136.310.500
Japón	593.865.500	600.264.250	648.069.250	778.899.000	744.979.250	816.095.250
Corea del Sur	142.175.000	145.250.250	131.792.500	210.800.500	187.000.000	228.267.000
Hong Kong	191.122.750	202.900.250	323.444.000	321.521.250	330.362.250	331.394.500
India	68.961.750	63.887.000	128.437.750	165.173.250	161.435.500	157.248.250
Australia	nd	nd	154.600.250	188.839.500	172.700.750	175.966.750
Taiwán	63.502.250	72.201.750	85.874.750	76.410.750	81.647.750	86.551.000
Tailandia	43.839.250	66.889.750	110.721.750	116.838.000	145.262.000	149.389.750
Singapur	55.640.000	64.076.250	64.023.750	78.849.750	85.878.000	93.110.500
Indonesia	30.475.500	34.755.500	25.502.000	41.385.000	43.131.500	43.505.000
Filipinas	25.585.250	21.572.500	18.631.000	15.973.500	15.565.000	15.816.500
Malasia	28.828.750	38.680.250	70.907.750	75.118.750	73.388.000	75.815.250
Pakistán	10.506.000	11.401.000	17.311.500	19.333.750	18.123.250	18.200.750
Vietnam	8.228.250	16.874.750	28.260.500	31.427.250	41.639.250	41.942.500
Macao	nd	nd	nd	10.805.750	17.234.250	24.525.500
Total	1.885.237.750	2.009.468.750	2.567.399.750	3.247.170.500	3.452.488.750	3.394.139.000

nd: no disponible.

Fuente: elaboración propia con datos de UFI-BSG (2005-2011 y 2013-2015).

CUADRO 9 (continuación)
EVOLUCIÓN DE LOS INGRESOS ESTIMADOS GENERADOS POR LA ACTIVIDAD FERIA EN ASIA-PACÍFICO EN 2004-2014

Países	Ingresos estimados (USD)				Porcentaje s/total 2014	Variación 14/04 (%) ¹	Incremento medio anual (%)
	2010	2012	2013	2014			
China	1.209.369.000	1.455.479.000	1.571.920.000	1.691.122.500	35,9	171,4	12,8
Japón	796.698.000	919.278.000	937.666.750	961.527.500	20,4	61,9	5,8
Corea del Sur	236.268.000	242.404.500	249.680.500	277.749.500	5,9	95,4	9,3
Hong Kong	384.189.250	391.113.250	402.849.000	414.553.000	8,8	116,9	10,2
India	162.354.000	178.642.000	187.577.000	201.587.000	4,3	192,3	15,9
Australia	179.099.000	253.971.250	261.593.250	269.070.750	5,7	74,0	9,3
Taiwán	97.821.750	153.212.000	171.344.750	186.282.500	4,0	193,3	13,9
Tailandia	132.638.250	147.245.000	174.411.500	188.992.000	4,0	331,1	19,7
Singapur	103.420.250	151.748.000	197.680.000	197.900.750	4,2	255,7	16
Indonesia	44.803.500	46.864.750	49.678.500	60.478.250	1,3	98,4	10,0
Filipinas	22.931.000	24.212.250	24.940.000	26.872.750	0,6	5,0	1,9
Malasia	87.346.500	106.083.500	103.263.000	109.712.250	2,3	287,3	18,6
Pakistán	18.629.750	19.784.750	20.577.250	21.483.000	0,5	104,5	8,3
Vietnam	42.317.250	45.378.000	47.195.750	50.148.500	1,1	509,5	26,2
Macao	32.339.000	18.005.250	18.138.500	49.306.000	1,0	356,3	43,7
Total	3.550.224.500	4.153.421.500	4.418.515.750	4.706.786.250	100,0	149,7	11,1

¹ El primer dato tomado para el cálculo de Australia corresponde a 2006 y el de Macao a 2007. Se trata de datos anualizados. Los datos correspondientes a 2011 no están disponibles.

Fuente: elaboración propia con datos de UFI-BSG (2005-2011 y 2013-2015).

desde cinco años antes ya se había producido una explosión en el espacio ferial, lo que significaba que se había pasado de una situación en la que la principal preocupación para el sector era el constreñimiento del espacio, a otra en la que preocupaba la proliferación de eventos compitiendo entre sí y la caída de precios (UFI-BSG, 2005). Continuando con dicha tendencia, el número de recintos feriales en Asia-Pacífico siguen registrando un notable crecimiento entre 2005 y 2015, y, en paralelo, la superficie de exposición cubierta disponible,

como puede apreciarse en el Cuadro 10. En las publicaciones de UFI-BSG, se indica que sus datos se refieren a los recintos construidos para la celebración de ferias y de posible interés para los operadores internacionales, no a todas las instalaciones en las que se llevan a cabo eventos. La UFI (2007) estima que en 2006 Asia-Pacífico contaba con un total de 4,2 millones de m², el 15 por 100 de la superficie disponible mundial, y a finales de 2011, dicha asociación, eleva esa misma magnitud a 6,6 millones de m², es decir el 20 por 100 de cuota global (UFI, 2014). ▷

LA EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD FERIA EN ASIA-PACÍFICO

CUADRO 10
EVOLUCIÓN DE LOS RECINTOS Y DE LA SUPERFICIE CUBIERTA DISPONIBLE EN ASIA-PACÍFICO EN 2005-2015

Países	2005				2006		2007		2008	
	Recintos	Porcentaje s/total	Superficie (m²)	Porcentaje s/total	Recintos	Superficie (m²)	Recintos	Superficie (m²)	Recintos	Superficie (m²)
China	57	55,3	2.237.090	63,1	61	2.313.506	66	2.423.984	84	3.503.789
Japón	12	11,7	353.603	10,0	12	362.403	12	404.834	12	350.606
Corea del Sur	5	4,9	127.206	3,6	5	135.533	10	166.493	10	166.556
India	10	9,7	244.623	6,9	11	253.123	11	244.353	12	257.457
Tailandia.....	4	3,9	186.666	5,3	4	191.322	5	199.122	6	205.025
Singapur	2	1,9	84.000	2,4	2	124.000	2	124.000	3	162.600
Taiwán.....	3	2,9	97.710	2,8	2	47.710	3	95.868	4	105.409
Indonesia	2	1,9	11.835	0,3	3	11.610	3	29.712	3	31.656
Hong Kong.....	3	2,9	132.100	3,7	3	132.440	3	132.440	3	132.520
Australia	-	0,0	-	0,0	-	-	7	107.913	7	111.242
Malasia	2	1,9	49.244	1,4	3	49.244	3	58.954	3	58.954
Macao	-	0,0	-	0,0	-	-	2	76.714	2	76.715
Paquistán	1	1,0	6.690	0,2	1	6.690	2	30.690	2	39.045
Vietnam.....	1	1,0	7.134	0,2	1	7.134	2	15.904	4	33.793
Filipinas.....	1	1,0	8.300	0,2	1	8.300	1	8.300	1	8.300
Total	103	100,0	3.546.201	100,0	109	3.643.015	132	4.119.281	156	5.243.667

Países	2009		2010		2011		2012		2013	
	Recintos	Superficie (m²)	Recintos	Porcentaje s/total	Recintos	Superficie (m²)	Recintos	Superficie (m²)	Recintos	Superficie (m²)
China	87	3.634.489	95	4.113.520	96	4.176.258	97	4.419.382	101	4.533.782
Japón	12	350.606	12	350.606	12	350.606	12	350.606	13	355.658
Corea del Sur	12	223.326	12	223.326	12	286.784	12	308.368	12	308.368
India	12	257.457	12	257.457	12	257.457	13	285.457	13	285.457
Tailandia.....	7	209.905	7	209.905	8	212.405	9	222.405	9	222.984
Singapur	4	203.600	4	203.600	4	203.600	4	203.600	4	219.970
Taiwán.....	4	105.409	4	105.409	4	105.409	4	105.409	4	99.278
Indonesia	3	31.656	3	31.656	3	31.656	8	56.094	8	56.094
Hong Kong.....	3	151.920	3	151.920	3	151.920	3	151.920	2	149.820
Australia.....	8	115.242	8	115.242	8	115.242	10	139.242	10	139.242
Malasia	4	71.292	4	71.292	4	71.292	4	71.292	4	71.292
Macao	2	76.715	2	76.715	2	76.715	2	76.715	2	76.715
Paquistán	2	39.045	2	39.045	2	39.045	2	39.045	2	39.045
Vietnam.....	4	33.793	4	33.793	4	33.793	4	33.793	4	33.793
Filipinas.....	1	8.300	3	26.257	3	26.257	3	26.257	3	26.257
Total	165	5.512.755	175	6.009.743	177	6.138.439	187	6.489.585	191	6.617.755

Países	2014		2015				2015/2005 ¹		Crecimiento medio anual recintos (%)	Crecimiento medio anual superficie (%)
	Recintos	Superficie (m²)	Recintos	Porcentaje s/total	Superficie (m²)	Porcentaje s/total	Variación s/recintos	Variación s/superficie		
China	106	4.845.192	108	52,4	5.575.692	70,9	89,5	149,2	6,8	10,2
Japón	13	355.658	14	6,8	358.658	4,6	16,7	1,4	1,6	0,3
Corea del Sur	13	324.368	13	6,3	324.368	4,1	160	155	12,8	10,5
India	14	290.457	16	7,8	319.892	4,1	60	30,8	4,9	2,8
Tailandia.....	9	222.984	9	4,4	222.984	2,8	125	19,5	8,8	1,8
Singapur	4	219.970	4	1,9	219.970	2,8	100	161,9	8,3	11,2
Taiwán.....	5	117.178	5	2,4	154.818	2,0	66,7	58,4	7,5	10,4
Indonesia	9	106.094	10	4,9	154.694	2,0	400	1.207,1	24	37,3
Hong Kong.....	2	149.820	2	1,0	149.820	1,9	-33,3	13,4	-3,3	1,4
Australia.....	10	137.042	10	4,9	137.042	1,7	42,9	27	4,9	3,2
Malasia	4	71.292	4	1,9	71.292	0,9	100,0	44,8	8,3	4,1
Macao	2	76.715	2	1,0	76.715	1,0	0,0	0	0,0	0,0
Paquistán.....	2	39.045	2	1,0	37.191	0,5	100,0	455,9	10,0	38,1
Vietnam.....	4	33.793	4	1,9	33.793	0,4	300,0	373,7	20,0	23,5
Filipinas.....	3	26.257	3	1,5	26.257	0,3	200,0	216,3	20,0	21,6
Total	200	7.015.865	206	100,0	7.863.186	100,0	100,0	121,7	7,4	8,5

¹ El primer dato tomado para el cálculo de Australia y de Macao corresponde a 2007.

Fuente: elaboración propia con datos de UFI-BSG (2005-2015).

CUADRO 11
MAYORES RECINTOS FERIALES DEL MUNDO ¹

Recinto ferial	Capacidad (m²)	Recinto ferial	Capacidad (m²)
1. Hannover Exhibition Center	463.275	27. IMPACT Muang Thong Thani Bangkok.....	140.000
2. Frankfurt/Main Exhibition Center.....	366.637	28. VVC Moskau	132.720
3. Fiera Milano	345.000	29. Georgia World Congress Center Atlanta.....	130.112
4. China Import & Export Fair Complex Guangzhou	340.000	30. BVV Veletrhy Brno	121.314
5. Cologne Exhibition Center	284.000	31. Reliant Park Houston	120.402
6. Dusseldorf Exhibition Center.....	262.218	32. Fiera del Levante Bari.....	120.000
7. Paris-Nord Villepinte	242.582	33. Yiwu International Expo Center.....	120.000
8. McCormick Place Chicago	241.549	34. Fiera Roma	118.910
9. Fira Barcelona - Gran Via	240.000	35. Fira Barcelona - Montjuic.....	115.211
10. Feria Valencia	230.837	36. Brussels Expo	114.445
11. Paris Porte de Versailles	227.380	37. EUREXPO Lyon	114.275
12. Crocus Expo IEC Moskau	226.399	38. Leipzig Exhibition Center	111.300
13. Chongqing International Expo Centre.....	204.000	39. Essen Exhibition Center.....	110.000
14. The NEC Birmingham	201.634	40. Singapore Expo.....	109.187
15. BolognaFiere.....	200.000	41. Rimini Fiera	109.000
16. IFEMA Feria de Madrid.....	200.000	42. KINTEX Goyang/Seoul	108.483
17. SNIEC Shanghai	200.000	43. BEC Bilbao Exhibition Centre	108.000
18. Orange County Convention Center Orlando.....	190.875	44. Palexpo Genf	108.000
19. Las Vegas Convention Center	184.456	45. Poznan International Fair.....	107.654
20. Munich Exhibition Center	180.000	46. New China Int. Exhibition Center Beijing.....	106.800
21. Nuremberg Exhibition Center.....	170.000	47. Messe Stuttgart.....	105.200
22. Berlin ExpoCenter City.....	170.000	48. Shenyang International Exhibition Center.....	105.200
23. Veronafiere	151.536	49. Shenzhen Convention & Exhibition Center.....	105.000
24. National Exhibition & Convention Center (Shanghai) ..	150.000	50. Ernest N. Morial Convention Center New Orleans	102.230
25. Wuhan International Expo Center.....	150.000	51. ExCeL London.....	100.000
26. Messe Basel.....	141.000	52. Fiere di Parma.....	100.000

¹ Más de 100.000 m² brutos de exposición cubierta (1-1-2015).

Fuente: AUMA (2015a).

En 2005, la cifra total de recintos ascendía a 103 y la superficie disponible de los mismos era de 3,54 millones de m². En 2015 el número de recintos contabilizados se eleva a 206 (100 por 100) y la capacidad disponible a 7,86 millones de m² (121,7 por 100). El crecimiento medio anual, en el primer caso, es del 7,4 por 100, y del 8,5 por 100 en el de la superficie disponible, porcentaje similar al del crecimiento medio anual de la ocupación (8,8 por 100) mencionado en el apartado 2. De ambos parámetros corresponde a China el 52,4 y el 70,9 por 100, respectivamente, país que ha visto crecer la cifra de los primeros y, consecuentemente, la superficie de exposición, año tras año, hasta alcanzar los 108 (89,5 por 100), con una superficie de 5,57 millones de m² (149,2 por 100). El peso de este país sobre el conjunto también ha variado. En 2005 el número de recintos de China suponía el 55,3 por 100 del total, casi tres puntos porcentuales menos, y el 63,1 por 100 de la superficie disponible

conjunta, significando ello un incremento de cerca de ocho puntos porcentuales. Un fuerte crecimiento en el número de recintos se produce entre 2007 y 2010, pasando de 66 a 95, y de 2,42 millones a 4,11 millones de m² en tan solo tres años. China es el segundo país del mundo con mayor capacidad de exposición, tras los EEUU (UFI, 2014).

El crecimiento en ambas variables se registra también en otros países, como Indonesia, que pasa de 2 a 10 recintos entre 2005 y 2015 (400 por 100) y de 11.800 a 154.694 m² (1.207 por 100), aunque ello suponga que el país cuente solamente con el 5 por 100 de los recintos de la zona y con el 2 por 100 de la superficie total disponible.

También han sufrido importantes incrementos relativos Vietnam, Filipinas y Paquistán, entre 2005 y 2015. Los tres presentan aumentos en el número de recintos del 300, 200 y 100 por 100, respectivamente, ya que tenían un solo recinto, e incrementos en la superficie ▷

disponible del 373,7, del 216,3 y del 455,9 por 100, alcanzando los 34.000, 26.000 y 37.000 m², pero en ambos conceptos siguen teniendo escaso peso relativo, pues los tres países partían de cifras muy pequeñas y continúan situándose al final de la tabla. Japón es el segundo país con mayor peso en materia de ferias, a mucha distancia de China, pero cuenta con 358.600 m², es decir el 4,6 por 100 del total (10 por 100 en 2005). Durante la década analizada no ha registrado variaciones significativas en términos relativos, sumando dos recintos más a los 12 con que contaba en 2005. Corea del Sur, tercer país en términos de superficie disponible actualmente, pasó de 5 a 13 recintos en la década (160 por 100), y de 127.200 a 324.300 m² (155 por 100).

Por otra parte, en el Cuadro 11 puede observarse cómo 12 de estos recintos asiáticos (23 por 100), aparecen entre los mayores del mundo. Dicho cuadro muestra los 52 recintos con superficies superiores a 100.000 m² brutos de exposición cubierta. Nueve de estos se encuentran en China y los otros 3 en Tailandia, Singapur y Corea del Sur. El mayor de los recintos asiáticos, inaugurado en 2002, es el de Guangzhou que, con 340.000 m², es el cuarto mayor del mundo, y otros dos recintos, situados en Chongqing y en Shanghái, superan los 200.000 m². 34 de los recintos feriales de dicha relación se encuentran en Europa (el 65,4 por 100), incluyendo 4 situados en Europa Central y del Este. Los 6 restantes (11,5 por 100) se encuentran en EEUU.

En 2006, los recintos de 100.000 m² o más en todo el mundo eran 43, entre los cuales había cinco en Asia-Pacífico, tres localizados en China, el de Guangzhou, que disponía de 149.000 m², el de Shenzhen y el de Shanghái (SNIEC), que entonces tenía 103.500 m². También se encontraba entre los mayores recintos el de Tailandia (IMPACT) y el de Singapur (EXPO), con 100.000 m² (AUMA, 2006).

En 2016, está previsto que siete países añadan capacidad de exposición: Australia, China, Indonesia, Malasia, Paquistán, Tailandia y Taiwán. La superficie de exposición de este último crecerá un 32 por 100, en Australia se inaugurará un nuevo recinto en Sídney y la capacidad expositiva de China crecerá un 15 por 100, comparando las cifras del final de 2014 con las de final de 2016 (UFI-BSG, 2015).

7. Conclusiones

De los diferentes aspectos analizados, pueden derivarse las siguientes conclusiones.

La cuota de Asia-Pacífico sobre el total mundial, en términos de ocupación por la actividad ferial, con datos de 2012, se sitúa en el 17,4 por 100, mientras que la de Europa es del 37,3 por 100 y la de Norteamérica –EEUU y Canadá– del 38,4 por 100.

El número de ferias del conjunto de países de Asia-Pacífico entre 2004 y 2014 se incrementó un 22 por 100 (crecimiento anual medio del 2,3 por 100), alcanzando la cifra de 2.132 eventos. El crecimiento en la superficie ocupada fue del 127,7 por 100, llegando a alcanzar el último año 18.641.750 m². Dicho crecimiento, conjuntamente, se produce año tras año sin excepción.

China, con 619 ferias en 2014, reúne el 29 por 100 del total y el 56 por 100 de la superficie ocupada, con 10,4 millones de m². A Japón, el segundo país con mayor actividad, corresponde un 15,9 por 100 de las ferias, 338, y un 11 por 100 de la superficie total. La ocupación conjunta de los cinco primeros países por dicho concepto, China, Japón, Corea, Hong Kong e India, representa casi el 82 por 100 del total. El crecimiento medio anual conjunto en la década, en términos de ocupación, es del 8,8 por 100.

La actividad ferial en Asia-Pacífico asignada a los organizadores de fuera de la región es ▷

relevante. Las entidades alemanas llevan a cabo anualmente más de 300 ferias fuera de su país, de las cuales, más del 50 por 100 tienen lugar en Asia-Pacífico, fundamentalmente en China, en segundo lugar en India, así como en Japón, Indonesia, Tailandia, Vietnam, Australia, Singapur, Taiwán, Hong Kong y Macao. Ello pone de manifiesto el interés de dichos organizadores y el de las empresas, a través de las ferias, por esos mercados.

Entre todas las ferias celebradas, no puede decirse que haya grandes variaciones en materia de sectores en el periodo 2004-2014. Los sectores de ingeniería y productos industriales y de productos terminados en general, superan el 10 por 100 del espacio ocupado por las ferias en la región. El sector del mueble e interiorismo está ligeramente por debajo del 10 por 100 y otros siete sectores alcanzan un porcentaje entre el 5 y el 10 por 100: electrónica y componentes, textiles, ropa y moda; alimentación, bebidas y *hospitality*; ocio, *hobby* y entretenimiento; automóviles y motocicletas; construcción e infraestructuras y productos *premium*, hogar, regalos y juguetes.

Los ingresos producidos por la actividad ferial en la década sufren un incremento próximo al 150 por 100 para el conjunto de países de Asia-Pacífico, pasando de 1.885 millones de dólares en 2004 a cerca de 4.707 millones de dólares en 2014 (11,1 por 100 de crecimiento medio anual). En términos relativos, destacan: Vietnam (509,5 por 100), Macao (356,3), Tailandia (331,1), Malasia (287,3), Taiwán (193,3), India (192,3) y China (171,4). China, con 1.691 millones de dólares de ingresos estimados en 2014, reúne el 35,9 por 100 sobre el total, a pesar de suponer el 56 por 100 de la superficie global y el 29 por 100 de las ferias. Japón, con 961 millones de dólares de ingresos en 2014, representa un 20,4 por 100 sobre el total. Hong Kong, con 414,5 millones de dólares, supone el 8,8 por 100 de los ingresos globales estimados para la región.

El número de los recintos feriales situados en Asia-Pacífico ha registrado un notable crecimiento y, consecuentemente, la superficie de exposición disponible, lo que supone asimismo una extraordinaria inversión. En 2005 la cifra total de recintos ascendía a 103 y su superficie global disponible era de 3,54 millones de m². En 2015 el número de recintos asciende a 206 y la capacidad disponible total se eleva a 7,86 millones de m² (121,7 por 100). Ello supone un crecimiento medio anual conjunto del 7,4 por 100 en el primer parámetro y del 8,5 en el segundo.

Con datos de 2015, corresponde a China el 52,4 y el 70,9 por 100, respectivamente, del total, país que ha crecido, año tras año, hasta alcanzar los 108 recintos (89,5 por 100) y una superficie de 5,57 millones de m² (149,2 por 100). En 2005 sus recintos representaban el 55,3 por 100 y el 63,1 por 100 de la superficie disponible conjunta. China ya es el segundo país del mundo por capacidad ferial y por actividad en términos de ocupación. Dispone de una capacidad 15 veces mayor que la de Japón. Éste, segundo país de Asia-Pacífico en materia de ferias, cuenta con 358.600 m² de espacio expositivo en 2015, el 4,6 por 100 del total, frente al 10 por 100 en 2005. En dicho periodo únicamente suma 2 recintos más a los 12 con que contaba el primer año. Corea del Sur, el tercer país en términos de superficie disponible actualmente, pasó de 5 a 13 recintos en la década, y de 127.200 a 324.300 m². Un crecimiento significativo en materia de recintos también se observa en Indonesia, que pasa de 2 a 10 entre 2005 y 2015 y de 11.800 a 154.694 m².

12 de los 52 mayores recintos del mundo, con superficies superiores a 100.000 m² brutos de exposición cubierta, se encuentran en Asia-Pacífico. De ellos, 9 en China, y los otros 3 en Tailandia, Singapur y Corea del Sur. El mayor de los recintos asiáticos es el de Guangzhou que, con 340.000 m², es el cuarto mayor del mundo. Otros dos, en Chongqing y en Shanghái, superan los 200.000 m². ▷

En definitiva, Asia-Pacífico cuenta con una infraestructura muy relevante para la celebración de ferias, que se ha ido adecuando a las necesidades generadas por el crecimiento de la actividad ferial en la región. La mitad de los recintos se han construido en la última década y son, por tanto, edificaciones actuales. Además, ya cuenta con un número considerable de recintos de gran tamaño, que les permite acoger eventos de grandes dimensiones o dar cabida a varios certámenes simultáneamente. A pesar de dicho crecimiento del número de recintos y de la capacidad expositiva, en términos porcentuales aún ha crecido más la ocupación debida a la celebración de ferias (aunque no el número de éstas, que han registrado un incremento moderado) y, sobre todo, los ingresos derivados de esta actividad.

Tras ver la evolución de los diferentes elementos analizados en materia de ferias, cuyo crecimiento incluso supera al de la economía de Asia-Pacífico en términos globales, salvo en el número de ferias, cabe prever para dicha área un crecimiento sostenido en los próximos años en paralelo al desarrollo económico de los diferentes países.

Bibliografía

- [1] AUMA (2002). *The German Trade Fair Industry 2001-2002*. Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. Berlín.
- [2] AUMA (2006). *German Trade Fair Industry Review 2005*. Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. Berlín.
- [3] AUMA (2010). *Die Messewirtschaft - Bilanz 2009*. Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. Berlín.
- [4] AUMA (2015a). *German Trade Fair Industry Review 2014*, Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., Berlín. Disponible en: www.auma.de
- [5] AUMA (2015b). *German Trade Fair Quality Abroad 2016*, Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., Berlín. Disponible en: www.auma.de
- [6] CARRERAS, A. y TORRA, L. (2004). *Història Econòmica de les Fires a Catalunya*, Barcelona: Departament de Comerç, Turisme i Consum. Generalitat de Catalunya.
- [7] GODAR, S. y O'CONNOR, P. (2001). «Same Time Next Year - Buyer Trade Show Motives». *Industrial Marketing Management*, vol. 30, nº 1, pp. 77-86.
- [8] JIMENEZ, J. F.; CAZORLA, I. M. y LINARES, E. (2002). «Ferias Comerciales en España. Un análisis sectorial». *Distribución y Consumo*, nº 61, enero-febrero, pp 61-71.
- [9] LLUCH, L.B. (1982). *Crónica de los primeros 65 años / 1917-1982*, Tomo I, Feria Muestrario Internacional de Valencia.
- [10] MESONERO, M. (2004). «Identificación de las variables explicativas del éxito obtenido en una feria industrial». *XVI Encuentro de profesores universitarios de marketing*, Alicante, septiembre, pp 621-637.
- [11] MUNUERA, J. L.; RUIZ, S.; HERNÁNDEZ, M. y MAS, F. (1993). «Las ferias comerciales como variable de marketing: análisis de los objetivos del expositor». *Información Comercial Española. Revista de Economía*, 718, junio, pp. 119-137.
- [12] MUNUERA, J. L.; HERNÁNDEZ, M. y RUIZ, S. (1995). «Planificación de las ferias como actividades del marketing». *ESIC Market*, enero-marzo, pp 9-30.
- [13] PUCHALT, J. (2001). *Las ferias comerciales como instrumento de marketing al servicio de las empresas: una aplicación a Feria Valencia*, Tesis doctoral presentada en la Facultad de Economía de la Universidad de Valencia.
- [14] PUCHALT, J. (2008). «La actividad ferial en el contexto europeo». *Información Comercial Española. Revista de Economía*, nº 840, enero-febrero, pp 29-50, Madrid.
- [15] PUCHALT, J. y MUNUERA, J.L. (2008). «Panorama internacional de las ferias comerciales». *Información Comercial Española. Revista de Economía*, nº 840, enero-febrero, pp. 7-28, Madrid.
- [16] STEVENS, R. P. (2005). *Trade show and Event Marketing*, Thomson y American Marketing Association, Mason (Ohio).
- [17] UFI (2007). *The World Map of Exhibition Venues and future trends*. October. Paris: The Global Association of the Exhibition Industry.
- [18] UFI (2014). *Global Exhibition Industry Statistics – March 2014*, The Global Association of the Exhibition Industry, Paris. Disponible en: www.ufi.org ▷

- [19] UFI-BSG (2005). *The Trade Fair Industry in Asia -Executive Summary-*. Hong-Kong: The Global Association of the Exhibition Industry - Business Strategies Group Ltd.
- [20] UFI-BSG (2006). *The Trade Fair Industry in Asia, 2nd edition -Executive Summary-*. Hong-Kong: The Global Association of the Exhibition Industry - Business Strategies Group Ltd.
- [21] UFI-BSG (2007). *The Trade Fair Industry in Asia, 3rd edition -Executive Summary-*. Hong-Kong: The Global Association of the Exhibition Industry - Business Strategies Group Ltd.
- [22] UFI-BSG (2008). *The Trade Fair Industry in Asia, 4th edition -Executive Summary-*. Hong-Kong: The Global Association of the Exhibition Industry - Business Strategies Group Ltd.
- [23] UFI-BSG (2009). *The Trade Fair Industry in Asia, 5th edition -Executive Summary-*. Hong-Kong: The Global Association of the Exhibition Industry - Business Strategies Group Ltd.
- [24] UFI-BSG (2010). *The Trade Fair Industry in Asia, 6th edition -Executive Summary-*. Hong-Kong: The Global Association of the Exhibition Industry - Business Strategies Group Ltd.
- [25] UFI-BSG (2011). *The Trade Fair Industry in Asia, 7th edition -Executive Summary-*. Hong-Kong: The Global Association of the Exhibition Industry - Business Strategies Group Ltd.
- [26] UFI-BSG (2012). *The Trade Fair Industry in Asia, 8th edition -Executive Summary-*. Hong-Kong: The Global Association of the Exhibition Industry - Business Strategies Group Ltd.
- [27] UFI-BSG (2013). *The Trade Fair Industry in Asia, 9th edition -Executive Summary-*. Hong-Kong: The Global Association of the Exhibition Industry - Business Strategies Group Ltd.
- [28] UFI-BSG (2014). *The Trade Fair Industry in Asia, 10th edition -Executive Summary-*. Hong-Kong: The Global Association of the Exhibition Industry - Business Strategies Group Ltd.
- [29] UFI-BSG (2015). *The Trade Fair Industry in Asia, 11th edition -Executive Summary-*. Hong-Kong: The Global Association of the Exhibition Industry - Business Strategies Group Ltd.

SUSCRIPCIÓN ANUAL

BOLETÍN ECONÓMICO DE INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA (12 NÚMEROS)			
	ESPAÑA 1 año	UNIÓN EUROPEA 1 año	RESTO DEL MUNDO 1 año
SUSCRIPCIÓN	65,00 €	85,00 €	85,00 €
Gastos de envío España	5,76 €	24,36 €	30,00 €
Más 4% de IVA. Excepto Canarias, Ceuta y Melilla	2,83 €		
TOTAL	73,59 €	109,36 €	115,00 €

EJEMPLARES SUELTOS

BOLETÍN ECONÓMICO DE INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA			
	ESPAÑA 1 ejemplar	UNIÓN EUROPEA 1 ejemplar	RESTO DEL MUNDO 1 ejemplar
NÚMERO SUELTO	7,00 €	9,00 €	9,00 €
Gastos de envío España	0,48 €	2,03 €	2,50 €
Más 4% de IVA. Excepto Canarias, Ceuta y Melilla	0,30 €		
TOTAL	7,78 €	11,03 €	11,50 €
BOLETÍN ECONÓMICO DE INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA			
	ESPAÑA 1 ejemplar	UNIÓN EUROPEA 1 ejemplar	RESTO DEL MUNDO 1 ejemplar
NÚMERO SUELTO EXTRAORDINARIO	12,00 €	15,00 €	15,00 €
Gastos de envío España	0,48 €	2,03 €	2,50 €
Más 4% de IVA. Excepto Canarias, Ceuta y Melilla	0,50 €		
TOTAL	12,98 €	17,03 €	17,50 €

DATOS

Nombre y apellidos
 Empresa
 Domicilio
 D.P. Población
 N.I.F.
 Teléf. Fax.
 Email

**Transferencia a la cuenta de ingresos por venta de
publicaciones del Ministerio de Economía y
Competitividad.**
IBERCAJA. Calle Alcalá 29. 28014 MADRID (ESPAÑA)
CÓDIGO CUENTA CLIENTE: 2085-9252-07-0330598330
CÓDIGO BIC DE IBERCAJA: CAZRES2Z
IBAN: ES47 2085-9252-07-0330598330

GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE ECONOMÍA Y
COMPETITIVIDAD

SUBSECRETARÍA
 SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA
 SUBDIRECCIÓN GENERAL
 ESTUDIOS, INFORMACIÓN Y PUBLICACIONES

Suscripciones y ventas por correspondencia:

Paseo de la Castellana, 162 9ª Planta 28046 Madrid. Teléfono 91 603 79 93/97

Suscripciones a través de la página web del Ministerio de Economía y Competitividad

distribucionpublicaciones@mineco.es