



Glosarios de Términos

Industria de eventos

A

AFE

Asociación de Ferias Españolas.

AFIA*AGRO

Agricultural Equipment and Products Expo.

AFIDA

Asociación de Ferias Internacionales de América.

AIPH

Association of International Horticultural Producers.

AMDEM

Asociación de Mercadotecnia de Destinos de México.

AMDEMMAC

Asociación Mexicana de Destination Management Companies.

AMEREF

Asociación Mexicana de Recintos Feriales.

AMMD



Asociación Mexicana de Mercadotecnia Directa e Interactiva.

AMPROFEC

Asociación Mexicana de Profesionales de Ferias, Exposiciones y Convenciones.

ANPIC

Asociación Nacional de Proveedores de la Industria del Calzado.

ASEAN

Asociación de Naciones del Sudeste Asiático.

Asociaciones: Son agrupaciones formadas por empresas y/o personas de un sector particular con objetivos comunes. Su representatividad está basada en que la mayoría de sus integrantes son similares.

AOCA

Organizadores y Congresos Argentinos.

AUMA

Asociación Alemana del Sector de Ferias y Exposiciones.

B

BIE

Bureau International Des Expositions.

Branding: Proceso de construcción de una marca. Estrategia a seguir para gestionar los activos vinculados, ya sea de manera directa o indirecta, a un nombre comercial y su correspondiente logotipo. El branding busca resaltar el poder de una marca y subrayar las cualidades que transmite al cliente y que constituyen su fortaleza.

C

Cadena de suministros: está formada por todos aquellos procesos involucrados de manera directa o indirecta en la acción de satisfacer las necesidades del cliente.

Cámara: agrupan y representan otras asociaciones y su función es actuar como entes de interlocución con entidades del gobierno, y por ende son quienes tienen acceso a las altas esferas del gobierno. Su representatividad es amplia y por lo mismo sus objetivos son generales.

CES



Consumer Electronics Show.

También conocido como Feria Internacional de Electrónica de Consumo, es la feria de innovación tecnológica más importante del mundo, que se lleva a cabo de manera anual en la ciudad de las Vegas Nevada durante el mes de enero.

CINTERMEX

Centro Internacional de Negocios Monterrey, A.C.

COCAL

Confederación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina.

COExpo

Certificación en Organización de Exposiciones.

Congresos: toda reunión profesional que tiene por objeto realizar una discusión, un intercambio profesional y/o académico en torno a un tema de interés. La iniciativa de realizar la reunión puede ser gremial o institucional, la convocatoria es abierta y la participación es voluntaria, es decir, cada participante paga su participación.

Convenciones: toda reunión gremial o empresarial cuyo objetivo es tratar asuntos comerciales entre los participantes en torno a un mercado, producto o marca. La iniciativa suele ser empresarial, la convocatoria es cerrada y la participación suele ser por invitación.

COMDEX

Computer Dealers' Exhibition.

Feria comercial de ordenadores que se lleva a cabo cada año durante el mes de noviembre en las Vegas Nevada.

CPTM



Consejo de Promoción Turística de México.

CST

Cuenta Satélite de Turismo.

CUFTA

Canada-Ukraine Free Trade Agreement.

D

DMC

(Destination Management Company)

Es una agencia que ofrece soluciones globales para todo tipo de eventos y viajes corporativos. En castellano también se las conoce como agencias locales integradoras de viaje. Empresas que conocen de primera mano los destinos turísticos con los que trabajan.

DMO

Destination management organization.

Entidades responsables de promocionar los destinos turísticos, conocidas en el sector como DMO

E

EXPOVER

Expo Veracruz.



Empresas líderes o anclas: son las empresas más grandes y representativas de la industria y cuentan con marcas reconocidas.

Empresas medianas: este grupo está conformada por un selecto grupo de empresas que sin ser las más grandes y de mayor negocio de la industria, son buenos proveedores ya que aportan el mayor número de m2 de la exposición.

Empresas pequeñas: constituyen la base de la exposición pues son empresas con presupuestos limitados pero dispuestas a invertir en iniciativas para conseguir nuevos clientes.

Estrategia: serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.

Estructura organizacional: sistema que tiene como función principal establecer una jerarquía dentro de la organización al identificar cada puesto, su función y a quién reporta dentro de la organización.

Estudio de mercado: iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

Evento: acontecimiento que debe ser programado, planificado, presupuestado y estructurado con un número determinado de personas tanto por el lado de quién lo ofrece (oferta) como por el lado de quien lo recibe (demanda). Dentro de los eventos se encuentran las ceremonias y fiestas, los festivales de diversos temas, los eventos deportivos y el turismo de reuniones en el que se engloban los congresos, las convenciones, las ferias y exposiciones y los viajes de incentivos.

Eventos corporativos: son aquellos que todas las empresas o negocios llevan a cabo con la finalidad de impulsar su crecimiento hacia el interior y/o hacia el exterior de la compañía. Entre ellos se encuentran: convenciones, ciclos de conferencias o seminarios, reuniones de trabajo, asambleas, inauguraciones, lanzamientos de productos, entre otros.



Eventos Mixtos: son una combinación entre ferias de consumo y exposiciones comerciales. Los organizadores del evento pueden abrirlo tanto a visitantes especializados como al público en general.

Exposición: reunión de vendedores (expositores) y compradores (visitantes), en donde los primeros ofrecen a los segundos sus productos y/o servicios relativos a un tema en específico y en un lugar y tiempo determinado. Intercambio, en donde los promotores y los expositores se comunican con los visitantes. No hay venta al público.

Exposición híbrida: es un evento que contiene elementos de la exposición comercial y de la feria de consumo, es decir, combina al público especializado que no se lleva el producto y al público en general que puede retirar la mercancía adquirida.

Exposiciones B2B: son las exposiciones comerciales en las que no hay venta al público.

Exposiciones B2C: son las ferias comerciales en las que hay venta al público.

Exposiciones comerciales: en este tipo de exposiciones no hay una venta directa al público, es decir, el cliente no se lleva el producto consigo y por lo general, en estos eventos los organizadores limitan el acceso a un público definido. Los expositores desean hacer contacto con posibles clientes, levantar pedidos, concretar cierres de ventas o promover sus productos entre la audiencia.

Exposiciones corporativas: se exhiben productos o servicios de un solo fabricante, o asiste al evento un pool de compra, o incluso un solo comprador para ver varias empresas.

Exposiciones de un comprador y varios expositores: estas son exposiciones cerradas al público, donde el comprador invita a sus proveedores actuales o futuros a exponer sus productos en un evento cerrado, donde ellos puedan controlar varios factores como: agendar citas, ver físicamente los productos, conocer a sus proveedores de primera mano, y cerrar tratos con ellos en un ambiente mucho más controlado.



Exposiciones de un expositor y varios compradores: en estos eventos un solo fabricante desea mostrar sus diferentes productos a sus clientes, ya sean futuros o actuales, en un ambiente controlado por la empresa, así como darles una atención personalizada, ofrecerles un programa educativo dirigido y/o cerrar negocios.

Exposiciones integradas a otros eventos: las exposiciones comerciales se combinan con otros eventos como: conferencias, seminarios, eventos de moda y eventos especiales, en especial en congresos.

Exposiciones monográficas: agrupan a expositores de un determinado sector comercial, industrial o un nicho determinado; o bien, a productos o servicios específicos.

Exposiciones multisectoriales: se trata de eventos dirigidos a varios sectores o actividades económicas.

Exposiciones universales: son varias exposiciones de gran envergadura, celebradas por todo el mundo, cuyo objetivo es educar al público asistente, compartir innovaciones, promover el progreso y fomentar la cooperación. Son eventos multifacéticos con extraordinarias exhibiciones, encuentros diplomáticos, reuniones de negocios, debates públicos y shows en vivo, todos se desarrollan al unísono en un mismo espacio.

Expositores complementarios: son proveedores de productos o servicios que complementan a la industria y participan en la exposición en una proporción baja.

F

Feria: reunión de vendedores (expositores) y compradores (visitantes), en donde los primeros ofrecen y venden a los segundos sus productos y/o servicios relativos a un tema en específico y en un lugar y tiempo determinado.



Ferias comerciales: los expositores desean tener un contacto directo con el consumidor final y venden sus productos en el piso de exhibición; además los visitantes pueden retirar la mercancía adquirida.

Ferias de consumo: los expositores desean tener un contacto directo con el consumidor final y venden sus productos en el piso de exhibición; además los visitantes pueden retirar la mercancía adquirida. Por lo general son eventos abiertos al público y engloban un tema de interés común o una industria específica.

FIEXPO

Feria Internacional del Mercado de Reuniones e Incentivos para la promoción de la infraestructura y servicios en América Latina y el Caribe.

Financiamiento: conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para llevar a cabo una determinada actividad o concretar algún proyecto.

Floor manager: coordinador responsable de que se cumplan los objetivos de un evento y encargado del éxito del mismo.

Flujo de efectivo: es la proyección de entradas y salidas de efectivo en un periodo de tiempo determinado, y sirve como un indicador de la liquidez de la organización, es decir, de su capacidad para generar efectivo y poder enfrentar los compromisos adquiridos.

Fondo PYME: es el fondo de apoyo para la micro, pequeña y mediana empresa, y es el instrumento que busca apoyar a las empresas, en particular a las de menor tamaño a promover el desarrollo económico nacional a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las empresas.



G

Gastos operativos: son aquellos destinados a mantener una organización, como el pago de sueldos y salarios, pago de rentas o alquileres, compra de suministros y proveedores, etc.

GBTA

Global Business Travel Association.

GED

Global Exhibitions Day, es el Día Internacional de las Ferias, una iniciativa promovida por UFI (Asociación Global de la Industria de Exposiciones) que se celebra anualmente el primer miércoles de junio cada año con el propósito principal de aumentar la visibilidad de la industria de las exposiciones a escala regional y global

Gremio: agrupan a personas de la misma profesión.

H

Herramientas 2.0: son aquellas surgidas de la web 2.0 o “Web Social” que permiten a la comunidad crear y compartir información y opiniones con los demás usuarios de Internet. Este tipo de tecnologías implica un profundo cambio en la manera de trabajar e interactuar con otras personas y clientes en cualquier tipo de organización.

I



IAEE

International Association of Exhibitions and Events.

ICCA

International Congress and Convention Association.

Instituciones de gobierno: un organismo gubernamental, es una institución estatal cuya administración está a cargo del gobierno de turno. Su finalidad es brindar un servicio público que resulta necesario para la ciudadanía.

IMEX

The Worldwide Meetings and Incentive Travel Exhibition.

L

Lead: término inglés que significa adelantar o tomar la delantera. En e-marketing, se le llama Lead al usuario que, después de una búsqueda en Internet, llega a una página web y rellena un formulario de solicitud de información.

Live Streaming: permite transmitir por Internet el evento en vivo y en directo, a través de un sitio web, y sirve para potenciar la marca de la exposición.

M



Marketing automation: herramientas que buscan crear un perfil del consumidor y construir contactos personalizados para cada cliente y permite establecer comunicaciones personalizadas para cultivar a los leads hasta que están listos para ventas.

Marketing digital: es la aplicación de reglas y estrategias de comercialización a través de los medios digitales.

Marketing: es un concepto inglés que se traduce al español como mercadeo o mercadotecnia. Se dedica básicamente al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores y analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y hacer fieles a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades específicas.

Medios masivos de comunicación: instrumentos que tienen la capacidad de divulgar información de carácter público entre una gran cantidad de personas y las mantiene informadas a nivel nacional e internacional a través de medios como periódicos, portales, radio y televisión, y pueden ser online o tradicionales.

Mercado: lugar teórico donde se encuentran los ofertantes (productores, vendedores) y los demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, y entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales.

Mercadotecnia directa: es la comunicación a través de determinados medios (correo, correo electrónico, tele marketing, etc.) que envía de manera directa al consumidor las ventajas de los productos que se promueven.

MERCOSUR

Mercado Común del Sur.



Motor de búsqueda: también conocido como buscador, es un sistema informático que busca archivos almacenados en servidores web gracias a su “spider”, que es un programa que inspecciona las páginas del World Wide Web de forma metódica y automatizada.

MPI

Meeting Professionals International (MPI), es la Asociación líder en el turismo de reuniones de México.

N

NAFTA

North American Free Trade Agreement.

Native advertising: consiste en la creación de contenido a la medida de los intereses de los lectores de un medio, respetando siempre el formato y estilo de los contenidos editoriales de una web o plataforma.

Networking: establecimiento de una red profesional de contactos que permite darse a conocer a sí mismos y al negocio, escuchar y aprender de los demás, encontrar posibles colaboradores y socios o inversores, aportando valor al evento.

Newsletter: es una publicación o un boletín de noticias que se envía regularmente a los clientes para informarles sobre sus nuevos productos, sus mejores promociones y las últimas noticias de interés. En definitiva, constituye una herramienta efectiva para hacer marketing digital.

O

OCC

Oficina de Congresos y Convenciones.

OCE

Oficina de Convenciones y Exposiciones.

OCV

Las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV) son organismos no lucrativos cuya función principal es la de planear y llevar a cabo acciones para promover a los destinos de nuestro país como lugares ideales para la realización de eventos como Congresos, Convenciones, Ferias, Exposiciones y viajes de Incentivo.

Oficina de visitantes y convenciones (OVC): organismos no lucrativos que promueven e impulsan los destinos a los mercados meta y con los visitantes potenciales.

On demand: videos o audios disponibles cuando la audiencia lo desea sin horarios preestablecidos y con control total.

Online: es una palabra en inglés que literalmente significa “en línea” y se refiere a todo aquello que está conectado a Internet.

Organizador: persona que posee competencias para coordinar eventos mediante el proceso de planificar, organizar, ejecutar y controlar con objetivos y metas bien establecidos y sustentados en la realidad para lograr el resultado esperado. El



organizador aspira a tener un evento bien posicionado, integrar una excelente base de datos de compradores y potenciales expositores.

OMT

Organización Mundial del Turismo.

OPC

Operador Profesional de Congresos.

OPEX

Operadora Profesional de Exposiciones.

OVC

Oficina de Visitantes y Convenciones.

P

PCMA

Professional Convention Management Association.

PCO

Professional Conference Organizer.

Patrocinador: se aplica a la persona o entidad que paga los gastos de una actividad determinada, con fines publicitarios.



Periscope: es una sencilla aplicación propiedad de Twitter que permite la transmisión de videos en vivo.

Personal: conjunto de los individuos que se desempeñan laboralmente en una misma corporación.

Personal de piso: está compuesto por el floor manager, o coordinador de la exposición, los edecanes, que son las personas que atienden a los invitados, y los supervisores, quienes tienen la autoridad para dar órdenes y mantener la organización de la exposición.

Plan de mercadotecnia: documento que define los objetivos de difusión y comunicación del evento para lograr la asistencia de los compradores especializados que se requieren y/o se prometieron a los expositores.

Plan de negocios: es la descripción organizada y detallada de todos los elementos conceptuales y operativos que conforman el evento.

Planeación financiera: pretende hacer pronósticos de los acontecimientos futuros que pudieran afectar la viabilidad del evento.

Plano de la exposición: documento que describe cómo están distribuidos los stands y es administrado por el área comercial quienes ofrecen las ubicaciones adecuadas a las empresas interesadas en participar.

Plaza: lugar, población, ciudad o localidad donde se llevará a cabo la exposición.

Podcasts: son transmisiones grabadas en audio o en video, de un programa de televisión o radio, de una conferencia, de una presentación o de cualquier otro evento relacionado con la exposición.



Posicionamiento: es la manera en la que los consumidores definen un evento a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa en la mente de los clientes en relación de la competencia.

Presupuesto: considera de manera detallada el cálculo anticipado de los ingresos y los gastos necesarios para que el evento pueda llevarse a cabo. Presupuesto: es un plan de operaciones y recursos de la expo, que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios.

Programmatic advertising: es el software o plataforma que automatiza la compra y la venta de espacios publicitarios, lo que permite acortar procesos y facilitar el manejo de las pautas y el precio de las mismas.

ProMéxico: fideicomiso del gobierno de México, sectorizado a la Secretaría de Economía, que promueve el comercio y la inversión internacional, impulsa la participación activa del país en el panorama internacional y lo consolida como un destino atractivo, seguro y competitivo para la inversión extranjera.

Proveedor: que se dedica a proveer o abastecer de productos o servicios necesarios a una exposición.

Público meta: es el público objetivo que hace referencia a consumidores representativos e ideales a los cuales se dirige la campaña publicitaria.

Punto de equilibrio: situación en la que los ingresos totales son equivalentes a los gastos totales, es decir, es el punto en el cual no existe ni utilidad, ni pérdida.

R

Rating: índice de audiencia de un programa de televisión o radio.

Recinto: espacio en el que se da un encuentro exitoso de la oferta y la demanda de una exposición. Cuenta con todos los servicios y la infraestructura necesaria para que el evento se lleve a cabo con éxito.

Recursos financieros: activos que tienen algún grado de liquidez.

Redes de búsqueda: herramientas para generar resultados de búsqueda en Internet. Los más conocidos son Google y Bing.

Redes de display: constituyen un conjunto de sitios web, videos y aplicaciones en los que se publican anuncios en diferentes contextos.

Remarketing: técnica para lanzar anuncios a personas que tuvieron contacto con el portal de Internet y su función es la de poder llegar a las personas que han visitado previamente el sitio del evento y mostrarles anuncios relevantes en la web o cuando realicen búsquedas en Google.

Retail: término que se emplea para referirse a la comercialización de productos al por menor. El concepto suele vincularse a la venta de grandes cantidades, pero a muchos compradores diferentes.

Retorno de la inversión: es una herramienta que sirve para analizar el rendimiento que la organización tiene desde el punto de vista financiero. Proporciona información sobre si el evento gana dinero o no, a través de la inversión que se haya hecho.



S

SAPICA

Salón Internacional de la Piel y el Calzado.

SECTUR

Secretaría de Turismo.

Sede: país y ciudad en donde se realizará el evento.

Segmentación psicográfica: consiste en delimitar el público objetivo de un determinado producto o servicio con base a sus actitudes, a sus estilos de vida o a su personalidad.

Segmentación del mercado: proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños y homogéneos.

SHCP

Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

SISO

Society for Independent Show Organizers.



SITE

Society International Travel Incentives.

Script: texto que consta de una serie de instrucciones que deben de seguir los individuos que forman parte de un programa de radio o de televisión.

Spot: es un anuncio publicitario que se transmite generalmente por televisión o en el cine y se caracteriza por ser de corta duración.

Stand: espacio dentro de una feria o exposición en el que una empresa expone y presenta sus productos o servicios.

Supervisor: persona que tiene la autoridad para dar órdenes y mantener la organización de la exposición.

T

Target: Palabra en inglés que significa objetivo, persona o cosa a la que se dirige una acción.

Tendencia de mercado: trayectoria en una dirección en particular, en la cual un mercado se mueve en un intervalo determinado de tiempo.

TLC

Tratado de libre Comercio.



TLCAN

Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

TSEA

Trade Show Exhibitor Association.

Turismo de reuniones: encuentro de diez o más participantes que viajan a un lugar determinado, con el objetivo principal de participar en una reunión, actividad grupal o conferencia, en un espacio o sede contratada para tal fin, por un mínimo de cuatro horas. Se incluyen como tales los congresos, las convenciones, las ferias y exposiciones, los viajes de incentivos, las conferencias y los eventos de distintas magnitudes generados con variados propósitos.

U

UBRAFE

Unión Brasileña de Ferias.

UFI

Asociación Global de la Industria de Exposiciones.

V



Viajes de incentivo: estrategia moderna gerencial utilizada para lograr metas empresariales fuera de lo común, al premiar a los participantes con una experiencia extraordinaria de viaje en grupo.

Valla publicitaria: es una estructura de publicidad exterior que consiste en un soporte plano sobre el que se fijan anuncios publicitarios a nivel de la calle, por lo que se han convertido en parte del paisaje urbano.

Visitantes: personas que se trasladan al recinto del evento, provenientes de otro lugar de la misma ciudad o de otras ciudades o países.

Visitantes directos: son las personas que llegan de manera concreta al sitio web, buscándolo deliberadamente debido a que ya han creado una lealtad con el sitio.

Visitantes indirectos: son las personas que llegan al sitio web mediante algún buscador, donde los usuarios dependen de lo que la búsqueda les arroje.

Visualización: es la notificación de cuando una cantidad de personas miran el contenido de la página sin interactuar en ella.

Vocero: persona responsable para dirigirse a los medios de comunicación en nombre de la organización. Puede ser el director de relaciones públicas o cualquier otro funcionario que la organización designe y que tenga conocimientos de oratoria, periodismo y todo lo que se relacione a la comunicación, porque requerirá aparecer frente a los medios de comunicación masiva representando a la organización de la expo, para que la información pueda ser correctamente difundida.



WTC

World Trade Center.

Web 2.0: también conocida como “Web Social”, comprende todos los sitios web que facilitan la interacción, la cooperación y el compartir información y opiniones con los demás usuarios de Internet.

Wi-Fi: Tecnología que permite conectar diferentes equipos informáticos a través de una red inalámbrica de banda ancha.

World Wide Web: es la red informática que se emplea en todo el mundo y hace referencia a la Internet, que es la red de redes que permite la interconexión de computadoras mediante un grupo de protocolos determinados