

EL PAÍS - EL EMPRESARIO

El proyecto público-privado que factura más de US\$ 3 millones al año en Punta del Este por el turismo de congresos

El gerente ejecutivo del Centro de Convenciones de Punta del Este, Alejandro Abulafia, habla sobre la captación de eventos, la competencia con Montevideo y el impacto económico del complejo en la zona



Alejandro Abulafia

2024-07-16 09:38

Compartir esta noticia

Facebook | Twitter | WhatsApp | Email

0 Comentarios

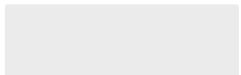
+ Sigue en Q



Alejandro Abulafia, gerente ejecutivo del Centro de Convenciones de Punta del Este. Ricardo Figueroa

Alejandro Abulafia nació en Montevideo y tiene 44 años, está casado y es padre de dos hijos. Es ingeniero en Telecomunicaciones y tiene una maestría en Administración de Empresas, ambas títulos de la Universidad ORT. Dirige el **Centro de Convenciones de Punta del Este** desde los inicios del proyecto, en el año 2016, sede de más de 30 eventos internacionales al año.

Destaca que la empresa a cargo de la operación del complejo «trabaja con fines lucrativos», y asegura que hoy el negocio atraviesa un momento de «consolidación», con fuerte **impacto económico en Maldonado** y oportunidades de crecimiento en diversos sectores, sostenido en un principio de «competencia» regional.



Una muestra: El balnear que se convirtió en el nuevo polo preferido de marcas y restaurantes para crecer en Punta del Este

«El Centro de Convenciones de Punta del Este lleva 10 años de actividad. ¿En qué momento se encuentra hoy? —Estamos en una etapa de consolidación. El Centro siempre se vio como un proyecto de largo aliento. Es una **iniciativa público-privada**, con una apuesta grande de Maldonado y el país con la intención de desarrollar un **tercer polo** que rompa con la estacionalidad de verano que tenía **Punta del Este**. Somos una empresa privada que gestiona un bien público con una gran responsabilidad».

Cuando nos presentamos a la licitación hace 13 años dijimos que el Centro se financia entre tres y cinco años, poder establecerse y entrar en una operativa de negocios: una agenda consolidada, una serie de eventos repetitivos y rotativos que vivieran todos los años. En el cuarto año —que iba a ser el primero de equilibrio— llegó la **pandemia** y con ella, mucha incertidumbre. Había tantas proyecciones como gente estableciendo el **balance de rentabilidad** y cada quien tenía su análisis».

Por suerte nos equivocamos con las proyecciones que habíamos hecho, y la salida de la pandemia fue mejor de lo que pensamos, pero por otro lado, generó una ruptura en la teoría que buscábamos para que eventos rotativos llegaran cada año. Eso se rompió durante tres años y hoy estamos en un ciclo de generación de nueva oferta en una estabilidad, porque hemos tenido años más buenos, pero aún en el **sector de congresos** —nuestro principal negocio— seguimos intentando volver a esa teoría. Probablemente nos lleve uno o dos años más. Por los resultados, estamos en un momento de consolidación con mucho trabajo por hacer, pero es un desafío que nos apasiona».



Alejandro Abulafia, gerente ejecutivo del Centro de Convenciones de Punta del Este. Ricardo Figueroa

«¿Cuántos eventos reciben por año? —El Centro de Punta del Este, como plaza internacional, tiene una dificultad: los **eventos internacionales** tienen un proceso más largo de organización con respecto a los **eventos nacionales**. No desistíamos por el volumen de eventos, sino por la relevancia e impacto de los mismos. Tenemos entre 30 y 35 eventos al año. Entre algunos que tienen fechas preestablecidas, como nos pasó con eventos de **Interpol** o la **Organización de Naciones Unidas (ONU)**, los meses más difíciles son entre junio y agosto. Siempre que un evento tiene flexibilidad a nivel de fechas, se buscan los meses de mejor clima. Anualmente tenemos una facturación de entre US\$ 3 millones y US\$ 4 millones».

«¿Qué relevancia tienen los eventos nacionales? —El porcentaje varía año a año, pero entre el 60% y el 80% tienen un componente internacional, aunque ha cambiado un poco en los últimos años. El crecimiento de las ferias ha hecho que el componente nacional cobre más valor. Incluso, varios eventos nacionales han podido adaptarse en Punta del Este como plataformas para captar **negocios internacionales**. Hemos tenido muy buenas experiencias con congresos nacionales, a los que es un desafío sacar de Montevideo».

«¿Cuál es el argumento de venta frente a competidores de la región? —Se vende mucha cosa y varía dependiendo del segmento. Los eventos internacionales se dividen en cuatro tipos. En los **asociativos** hablamos de cooperación y no competencia, porque la **Asociación Mundial de Congresos** y nuestra participación en ella juegan un papel importante. Si bien a veces competimos con otros destinos, este tipo de congresos en su mayoría tienen la obligación de rotar entre los países socios, y ahí se da la cooperación con colegas de la región».

En los eventos gubernamentales, la **política internacional** entra en juego. Hemos tenido eventos de OML de la **Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco)** y otros como la **Cumbre China-LAC**, donde influyen los intereses de Uruguay en el exterior. En el **segmento corporativo** la competencia es más feroz porque las empresas toman decisiones más rápidas y autónomas. Y en el sector de ferias es en el que hay más trabajo por hacer».

Los incentivos del país pesan mucho. Uruguay es uno de los pocos países con una política muy beneficiosa para el sector MICE (Inglés: **M**arketing, **I**ncentives, **C**onferencing and **E**xhibitions): los eventos pueden exonerar el IVA en las salas registradas. Y el destino también pesa, Punta del Este tiene una marca internacional muy importante. Pero hay un trabajo de captación muy importante detrás».

«¿Cómo se prepara para acompañar el desarrollo del turismo de congresos? —Trabajamos siempre con fines lucrativos. Hoy nuestro equipo trabaja en candidaturas para eventos a realizarse en 2027, 2028 y 2030. Es el medio de la pandemia creamos contratos para eventos que se hicieron en 2023. Los eventos internacionales de mediana y gran escala se preparan con mucha anticipación, tenés que manifestar tu intención, pensar a lo largo y presentar un proyecto. Nosotros identificamos a las asociaciones que pueden traer congresos, establecimos las fechas disponibles y trabajamos con ellas las candidaturas. Es un trabajo que está de mediano y largo plazo que nos obliga siempre a estar un actividad y que ha hecho que grandes eventos nos ofirjan, como el **Congreso Latinoamericano de Avicultura** en 2024 o el **Congreso Latinoamericano de Dermatología** en 2025. Ese trabajo a veces no se ve, pero nuestro equipo siempre busca que el ciclo se mantenga activo. Otros segmentos (fuera de los congresos) funcionan diferente. En los últimos años se dio un crecimiento en las ferias, como **Agro en Punta**, que apostó por Punta del Este en un momento en el que muchos lo consideraban difícil, como febrero, y ahora estamos a 15 días de su tercera edición. También hemos crecido en exposiciones, como **Expo Construcción**, que va por su segunda edición con muy buenos resultados; fuimos la segunda edición en Punta del Este y la primera con nosotros de la **fiesta de arte MAAT**; y en febrero tendremos la **Expo Moda**. Este segmento, que empezamos con grandes ferias como **Expo Cargo**, se está consolidando y muestra que Punta del Este tiene la capacidad de atraer público nacional frente a ciudades como Montevideo. Punta del Este suele ser la elección natural cuando se trata de eventos internacionales, pero al hablar de eventos nacionales antes era difícil pensar en movilizarse gente, y ahora se da más. Agro en Punta movilizó a 10.000 personas en cada edición, y tuvimos un gran evento de **estad, SuperNext**, que vivió en Punta del Este y en el Centro en lugar de preparación. Hoy muchos eventos buscan firmar contratos por cuatro o cinco ediciones para asegurar su permanencia en la agenda. La época más alta de actividad es en marzo, abril, mayo, octubre y noviembre. La temporada se ha extendido gracias a los eventos».



Fachada del Centro de Convenciones de Punta del Este. Foto: Lobería del Centro de Convenciones de Punta del Este.

«¿Han cambiado sus clientes? —Desde que nos involucramos buscamos que fuera el espacio más versátil posible, para que cualquier evento pudiera tener lugar. Durante la obra trabajamos junto a la CND (Composición Nacional para el Desarrollo) y Trépan para hacer mejoras en el proyecto y tener más posibilidades. Nuestra idea siempre fue tener un mix completo de clientes. Al construir un centro de convenciones y exposiciones, se pretende que el núcleo del negocio sean los **congresos, convenciones y exposiciones**. Hoy, el 75% de nuestro negocio se vincula a los congresos y convenciones, y si bien ha crecido el segmento de **ferias**, los congresos internacionales, las convenciones corporativas y los eventos de gobierno siguen siendo los de mayor facturación e impacto económico».

«¿Cómo impactan en la economía del destino? —Desde que abrimos hasta el final de 2023, se generó un impacto económico directo de US\$ 45 millones y un total —sumando el impacto indirecto— de más de 100 millones, pasaron por el Centro más de 225.000 personas y vinculadas a los eventos, se generaron más de 18.000 oportunidades laborales. Al ver estos componentes por qué Uruguay y otros países apostan por este tipo de proyectos».

FERIAS DE NEGOCIOS

- **3 millones de dólares es la facturación** anual aproximada del Centro de Convenciones de Punta del Este, a través de la actividad de eventos nacionales e internacionales.
 - **45 millones de dólares de impacto** directo en el departamento generó el centro desde su apertura. En total, el impacto asciende a más de US\$ 101 millones y más de 10.000 oportunidades laborales.
- Apuntes de carrera**
- 2016: Tras varios años de trabajo y ganar la licitación para la construcción de la operación del proyecto, en julio se inaugura el **Convention & Exhibition Center** Punta del Este.
 - 2017: Se realiza el primer gran evento corporativo en el Centro de Convenciones, el **China LAC** que reunió a destacadas personalidades nacionales y extranjeras.
 - 2020: La pandemia «nos pasó en nuestra taquilla de eventos», recuerda el gerente. Durante un año, el Centro de Convenciones se vio afectado por la suspensión de eventos.
 - 2024: Se realiza el **Congreso Internacional de Avicultura** con 4.000 personas, y en 2025 el de **Dermatología**, que reúne a 3.000. Ambos son grandes desafíos.

«¿Cómo pretenden la bolsa de trabajo? —Tenemos un equipo permanente muy flexible y contamos con una red de proveedores de servicios que puede cubrir todas las áreas. Podés tener un día de oficina y seis eventos y ser 15 personas trabajando, o venir a un evento y encontrar a más de 100 personas prestando servicios en el predio».

«¿Cómo se adaptan para cambiar el formato de los eventos? —Es una tarea en conjunto entre el equipo interno y los proveedores para desmontar y volver a montar el equipamiento, además de reconfigurar y acondicionar los espacios. Para eso es clave contar con una red de proveedores y estándares de trabajo. Nuestro desafío operativo está pensado para contar con un equipo flexible y proveedores que nos permitan crecer y achicarnos cada vez que sea necesario. Tenemos dos volúmenes principales: el **Pabellón de Exhibiciones** y el **Centro de Convenciones** conectados por un espacio de cafetería. El **Pabellón de Exposiciones** tiene más de 5.600 metros cuadrados, es el más grande del país. Y el Centro de Convenciones permite tener hasta 14 salones simultáneamente con el mayor auditorio del país, que alberga hasta 3.000 personas según el tipo de montaje. Esa versatilidad ha hecho que grandes eventos internacionales nos elijan, en algunos casos por encima de Montevideo, que no tiene en un único espacio con las posibilidades que ofrecemos nosotros».

INVESTIR EN OTRAS OPORTUNIDADES Y ESTABLECIMIENTO DE CALIDAD

«¿Existen planes de inversión para el complejo? —El **Centro de Convenciones** fue pensado para la escala de Uruguay en la cuarta superior. Somos la **infraestructura para eventos** más grande del país, a nivel de cantidad de personas que podemos recibir, salas y tipos de espacios y versatilidad. Eso hace que no sea necesario crear un nuevo. Eso no significa que no estemos haciendo mejoras constantemente en cambios e innovación. Reemplazamos la iluminación del auditorio principal por **tecnología LED** y estamos terminando lo mismo en el Pabellón de Exposiciones. Trabajamos con **ANEP**, nuestro socio en **conectividad**, en cambios permanentes. Estamos en el tercer **cambio tecnológico** a nivel de conectividad. Y con nuestros proveedores tecnológicos hemos trabajado en nuevos **parámetros** como la **prueba de vibración** es **siempre mal** con **inteligencia artificial**. El salir de estas infraestructuras no solo se ve en los grandes **eventos**, sino también en su mantenimiento y correcto funcionamiento. El trabajo de 20.000 metros cuadrados construidos y más de 12.000 de áreas públicas para eventos, el trabajo y la reinvención debe ser constante para cumplir con los estándares que queremos».

Las Más Vistas

- 1 «¿Qué momento?»: el momento perfecto de Verónica Rodríguez en una feria de emprendedores en Montevideo
- 2 ¿Cuál es el desafío de los emprendedores de Uruguay en el extranjero?
- 3 No local significa hacer cosas y no abandonar los valores del plan personal en Uruguay
- 4 ¿Cómo se preparan para el futuro? ¿Qué rol juega la tecnología en el futuro de los negocios?
- 5 ¿Qué rol juega la tecnología en el futuro de los negocios? ¿Qué rol juega la tecnología en el futuro de los negocios?
- 6 El comercio electrónico en Uruguay: ¿cómo se está desarrollando?
- 7 «Mujer de éxito, pero en su momento»: el momento perfecto de Verónica Rodríguez en una feria de emprendedores en Montevideo
- 8 «Iniciativa pública-privada»: el momento perfecto de Verónica Rodríguez en una feria de emprendedores en Montevideo
- 9 «La historia de una vida»: las experiencias de Verónica Rodríguez en una feria de emprendedores en Montevideo
- 10 ¿Cómo se preparan para el futuro? ¿Qué rol juega la tecnología en el futuro de los negocios?

Últimas Noticias

- 14:27 **La inflación vuelve a reducirse, quedando en 1,2%** en 12 meses a marzo, aunque se proyecta 3,0 meses dentro del rango del 0%
- 14:18 **Agencia Regal Abusivo en presentación en Montevideo**: "Señal de alarma que salió de un caso de fraude"
- 14:18 **Tropelía en Punta Carretas** involucrada en el accidente de tránsito que dejó un muerto y un herido
- 14:09 **Elia Harandil contra el Clacor**: su experiencia en el diagnóstico de la investigación de corrupción
- 14:08 **Desarrolladores por el futuro de Ciudad Vieja**: "Nuestro desafío es ser un ecosistema de innovación"
- 14:04 **Condenado a cadena perpetua el hombre que intentó matar a Trump en un ataque de golf en Florida en 2024**