

CONEXO

Periódico para la Organización de Congresos, Convenciones e Incentivos

Presidente: Eugenio de Quesada
Consejero-Delegado: Carlos Ortiz

DIRECTOR
Eugenio de Quesada

ADJUNTO A LA DIRECCIÓN: José Arquero Hidalgo
DIRECTOR DEL CONSEJO ASESOR: Claudio Meffert
COORDINADOR EDITORIAL: Eduardo Santamaría

REDACTORES Y COLABORADORES: Daniel Gallego Alías, Marga González, Santiago Larrodera, Miguel Praga Libano, Verónica Olivera, Bárbara Ferrer, Andrea Bulla, César Vidal, Josep Marqués, Ignacio Samper y Enric Arenós 'Quique'

CONSEJO ASESOR

DIRECTOR: Claudio Meffert. MIEMBROS: Julio C. Abreu Staud, José Arquero, Annemarie Eichler, Enrique Hernáez, Carlos Ortiz y Jesús Martínez Millán

NEXO
editores s.a.

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

✉ Lope de Vega, 13. 28014 Madrid / Apartado de Correos 10119. Madrid / ☎ 91 369 41 00 (20 líneas) / ☎ Fax: 91 369 18 39 / ✉ E-mail: redaccion@conexo.net

DIRECTOR DE PUBLICACIONES: José Arquero. DIRECTOR FINANCIERO: Javier Pascual
DIRECTOR JURÍDICO: SANTIAGO MORATALLA. DIRECTOR DE INFORMÁTICA: José Miguel Candela
DEPARTAMENTOS / JEFE DE ADMINISTRACIÓN: M^a Antonia Martín. JEFE DE PERSONAL: Pilar de la Hoz
JEFE DE CONTABILIDAD: Paloma López. JEFE DE PROTECCIÓN JURÍDICA DE MARCAS: Manuel Lanza
DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD / Madrid: Yolanda Pola. Barcelona: Pepita Hernández
ATENCIÓN AL CLIENTE: Mercedes León, Concha López y María José González.

SERVICIOS EDITORIALES: Aconfisa (Asesoría-Auditoría), Nexopublic (Consultoría), Nexo Creativo (Autoedición), Nexotel (Información Electrónica), Manuel Lanza (Marcas y Propiedad Intelectual), Nexodata (Base de Datos), Microprint (Fotomecánica), Imcodavila (Impresión y Papel) y National Post (Distribución)

CONEXO, el Periódico para la Organización de Congresos, Convenciones e Incentivos, es una Publicación Independiente de los Intereses del Sector / © CONEXO es una Marca Registrada de Nexo Editores SA / © Copyright NEXO EDITORES SA y Grupo NEXO / Depósito Legal TO-114/1998 / Impreso en España

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

EDITORIAL

Aires de unidad para el Asociacionismo sectorial

UNA SOLA VOZ PARA EL TURISMO. La unidad en el Turismo de Reuniones es una feliz realidad en los Conventions Bureau (gracias al SCB), los Palacios de Congresos (en APCE) o los Organizadores Profesionales de Congresos (cuyas Asociaciones se unen en la Federación OPC-España), aunque no exista en los gestores de viajes de empresa.

Sin embargo, tanto en la cúpula del Asociacionismo empresarial (el Consejo de Turismo de CEOE) como en el importante Sector de Agencias de Viajes (con FEAIV y AEDAVE en el Estado, o UCAYE y ACAV en Cataluña), la falta de unidad ha sido siempre percibida como una peligrosa rémora, que perjudicaba los intereses generales.

El último ejemplo del perjuicio causado por la falta de unidad fue la rebaja del Turismo en la Administración General del Estado, desde una Secretaría de Estado (pese al clamor sectorial por un Ministerio de Turismo) hasta una Secretaría General, compartida con Comercio. La eliminación de una de las cuatro Secretarías de Estado por parte del ministro Sebastián (cumpliendo el mandato del presidente para reducir el tamaño del Estado) fue finalmente un éxito de los lobbies del Comercio, la Energía y las Telecomunicaciones. A diferencia del Turismo, estos tres sectores contaron con la fuerza que da la unidad, mientras en el Turismo se quedaba sin Secretaría de Estado, por la pelea de gallos de Exceltur y Mesa del Turismo, solapando la representación de la CEOE.

De ahí que la creación de una Comisión Permanente en el Consejo Empresarial de Turismo de CEOE, en la que se integran tanto el pequeño lobby de grandes empresas como el veterano grupo de opinión empresarial, además de las empresas locomotora (salvo Iberia, NH Hoteles y El Corte Inglés), sea una excelente noticia para todos.

También las agencias de viajes trabajan contrarreloj para la ansiada unidad asociativa —mediante la integración de las Asociaciones en la Confederación Española de Agencias de Viajes y Turoperadores (CEAVyT)— y, de hecho, uno de los frutos del consenso es la designación del líder sectorial, Rafael Gallego, como vicepresidente del gran lobby empresarial del Turismo en CEOE.

A este respecto, las Organizaciones que forman el Turismo de Reuniones (desde el SCB y la APCE hasta OPC-España) debieran reflexionar sobre la conveniencia de constituir una cúpula sectorial, que le facilite estar representado al máximo nivel. Por ejemplo, en el nuevo lobby impulsado por el Consejo de Turismo de CEOE.

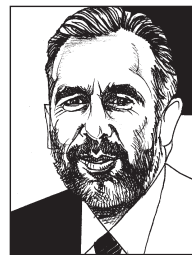
Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

TRIBUNA

¿Hacia dónde vamos?

Leigh Harry

Presidente de Joint Meetings Industry Council



LA RECIENTE RECESIÓN mundial ha obligado a todos los sectores a replantearse su futuro y a decidir si siguen adelante con los proyectos puestos en marcha. La Industria de las Reuniones no ha sido una excepción —y aunque también han existido muchas comodidades—, y ha tenido que responder a una de las mayores sacudidas financieras que probablemente ninguno de nosotros volvamos a ver, aunque todavía hay muchos retos que se deben abordar en los próximos años.

Uno de los mayores resultados positivos ha sido la resistencia general que han vivido algunos de nuestros sectores de negocios más importantes. Por ejemplo, mientras que el negocio corporativo ha sido duramente golpeado, el asociativo ha seguido reuniéndose con niveles de asistencia que parecían increíbles dada la magnitud de los impactos financieros en el entorno. Este hecho demuestra la importancia de las reuniones en esta coyuntura.

Por otro lado, hemos visto otros grupos —entre los que destacan los gobiernos en diversas partes del mundo— poniendo en duda el valor de las reuniones y, en casos extremos, incluso destacándolas como ejemplo de gastos innecesarios en un momento de preocupación económica. Muchas empresas se han acogido a este ejemplo prescindiendo de las reuniones, ya que la contención de gastos ha sido la prioridad número uno.

Los gobiernos son grandes generadores de la actividad de reuniones. También son una gran influencia en cómo se ve al Sector de Reuniones a través de aspectos como la política fiscal y de señales que envían a las empresas. Sus políticas de inmigración y de transporte pueden tener un importante impacto en nuestra competitividad. Y también son, con mucho, el mayor inversor en instalaciones para reuniones, sin las cuales un país o ciudad no puede participar en la Industria de las Reuniones. Entonces, ¿cómo nos ven los gobiernos? Esto importa mucho, al igual que la situación financiera en la que se encuentran hoy, ya que influirá en la política de inversiones. Estos nos plantea un problema real.

Nuestra industria necesita inversión y apoyo simplemente para sobrevivir y estamos viviendo en un mundo de gobiernos endeudados a los que cualquier tipo de inversión se va a tener que justificar como una necesidad absoluta. Esto significa que para conseguir una inversión, tenemos que ser una prioridad entre toda una serie de demandas de otros sectores, por lo que tenemos que hacer ver nuestra contribución a la economía global, y no solo los efectos derivados del gasto de los delegados. La idea de una mayor contribución de la Industria de las Reuniones al desarrollo económico, simplemente no existe en la mayoría de los gobiernos, como ha quedado demostrado por sus reacciones en medio de la crisis financiera.

Estos nos lleva de nuevo a la cuestión de cómo abordar el desarrollo del Sector y a adoptar decisiones que repercutirán en nuestra capacidad para competir y crecer como parte de la economía mundial. En este sentido, tenemos un problema. El Sector ha tenido tradicionalmente un perfil bajo en su grado de reconocimiento por parte de las instituciones y el mundo empresarial. En caso de que nos reconozcan, los hacen con una definición muy limitada, como un vehículo para generar visitas adicionales. Como muchos economistas creen que las limitaciones financieras pueden durar alrededor de una década o más, está claro que tenemos que cambiar la imagen que tienen de nosotros. Este proceso no va a ser rápido, pero lo que puedo garantizar es nuestro esfuerzo continuo para conseguirlo.

¿Cómo podemos hacer un mejor trabajo en el futuro? En primer lugar, tenemos que ser capaces de dejar a un lado nuestras prioridades individuales y trabajar como industria y luchar por nuestros intereses comunes. En segundo lugar, tenemos que reconocer la importancia de mantener la coherencia de los que decimos para apoyar nuestras reivindicaciones. En tercer lugar, tenemos que asegurarnos de que nuestros argumentos se exponen de la mejor manera para nos entiendan. Y por último, tenemos que aceptar que es a nivel local donde los argumentos que presentamos tienen que tener su mayor importancia.

Para conseguir una inversión, tenemos que ser una prioridad entre toda una serie de demandas de otros sectores, por lo que tenemos que hacer ver nuestra contribución a la economía global

DESENCUENTROS

Quique

