



## JOINT MEETING INDUSTRY COUNCIL

## HACIA DÓNDE VAMOS (y por qué necesitamos ir allí juntos)

por Leigh Harry, Presidente,  
Joint Meetings Industry Council

La reciente recesión global tuvo el efecto de forzar a cada industria a revisar sus objetivos hacia el futuro, y decidir si los mismos eran relevantes para continuar teniéndolos. La industria de reuniones no fue la excepción – y lo que encontramos es que a pesar que fue reconfortante ver cómo nuestra industria respondió a lo que fue una de las mayores crisis, tiene todavía muchos cambios que realizar en los próximos años.

Algo de lo más positivo que vimos fue la continuidad del trabajo en varios de los sectores comerciales más importantes. Por ejemplo, mientras el sector corporativo fue golpeado duro y rápido en varias áreas, las asociaciones continuaron mayormente reuniéndose y mantuvieron la concurrencia a niveles increíbles dada la extensión del impacto financiero en la economía que la rodea. Esta fortaleza – y el hecho que las reuniones obviamente mantuvieron su relevancia para estos importantes grupos afrontando grandes desafíos –, demostró la importancia que la gente otorga a la interacción cara a cara y apoyaron la noción que este valor no será abandonado al corto plazo.

Por otro lado, vemos otros grupos – incluyendo a los gobiernos en varias partes del mundo –, cuestionando activamente el valor de las reuniones y, en casos extremos, hasta señalándolas como ejemplo de gasto absurdo en épocas de preocupación económica. Muchas corporaciones se apresuraron a sumarse a esto, viendo a las reuniones como una actividad prescindible en momentos que los costos eran la prioridad.

Esto cobra mayor importancia por el hecho de si queremos vernos de esta forma, la nuestra es una industria que siempre ha estado a merced de las influencias externas – en particular de las políticas de gobierno. Los gobiernos son grandes generadores de reuniones. También tienen una gran influencia en cómo el sector privado ve las reuniones

## WHERE WE GO FROM HERE (And Why We Need to Go There Together)

by Leigh Harry, President,  
Joint Meetings Industry Council

*The recent global recession had the effect of forcing every industry to revisit its assumptions about the future, and to decide if those assumptions remain relevant going forward. The meetings industry was no exception – and what we found is that while there was also a lot of comfort to be had from how our industry responded to what was one of the biggest financial shake-ups any of us are likely to see, there were still a lot of challenges to be addressed in the years ahead.*

*One of the biggest positives was the overall resiliency we saw in some of our most important business sectors. For example, while corporate business was in many areas hit hard and fast, associations largely continued to meet and maintain attendance at levels that seemed incredible given the extent of financial impacts in the surrounding economy. This strength – and the fact that meetings were obviously maintaining their relevance to these important groups in the face of huge challenges – demonstrated their underlying importance people attached to face to face interactions, and supported the notion that this value wasn't about to be dismissed anytime soon.*

*On the other hand, we saw other groups – including most notably governments in various parts of the world – actively questioning the value of meetings and, in extreme cases, even targeting them as examples of wasteful spending in a time of economic concern. Many corporations were quick to pick up their cue from this, and look to meetings as expendable activities in a time when cost containment was a number one priority.*

*All of this is made more important by the fact that whether or not we like to see ourselves in this way,*

y convenciones, a través de cosas como la política impositiva y las señales que se envían a las corporaciones. Sus políticas de inmigración y transporte pueden tener un fuerte impacto en nuestra competitividad. Y también son por lejos el mayor inversor individual en sedes para reuniones – los centros de convenciones, sin los cuales un país o ciudad difícilmente se incorporaría a la industria en ningún tipo de escala.

Entonces importa mucho cómo los gobiernos nos ven – particularmente en el contexto de políticas de desarrollo económico. Lo que también importa es la posición financiera en las que se encuentran hoy, y cuales serán sus prioridades para las nuevas inversiones. Y esto se nos presenta como un problema real.

Por qué? Porque como una industria que necesita permanente inversión y apoyo simplemente para sobrevivir, vivimos en un mundo con gobiernos altamente endeudados, los cuales deberán ver cualquier tipo de inversión como un tema de absoluta necesidad. Esto significa que en orden de obtener una inversión, deberemos estar como primera prioridad sobre otras demandas de infraestructura, que a su vez requiere un alto nivel de reconocimiento por su contribución a la economía general. En la mayor parte del mundo, ese nivel de reconocimiento no está limitado simplemente al impacto económico que surge del gasto de los delegados. La idea total de una gran contribución de la industria de reuniones al desarrollo económico simplemente no existe en la mayoría de los gobiernos, como fue ampliamente demostrado por las reacciones en medio de la crisis financiera.

Lo que nos lleva nuevamente a la pregunta de cómo encarar el futuro desarrollo de la industria – y en particular, cómo necesitamos dirigirnos a aquellos cuyas decisiones tendrán un fuerte impacto en nuestra habilidad de competir y crecer como parte de la economía global.

El proceso de elevar el perfil y crear una mejor y más amplia apreciación de lo que cualquier industria realiza no es algo rápido o fácil. Pero lo que podemos garantizar es que a menos que comencemos y construyamos un esfuerzo sostenible para alcanzarlo tendremos poca razón de pensar que lograremos algún cambio. En el centro del tema está la necesidad de expandir la imagen de la industria más allá de la que existe simplemente de atraer visitantes a una que es ser una herramienta fundamental para el desarrollo económico – y por extensión, recuperación económica sostenible – por el rol que juega en brindar innovación, traspaso de conocimiento, desarrollo profesional y hasta nuevas inversiones.

Pero comprender lo que son estos desafíos es solamente parte de lo que se necesita. La otra parte es tomar acciones dirigidas en forma consistente, coordinada y efectiva – y esto es algo para lo que históricamente no hemos sido muy buenos como industria.



*ours is an industry that has always been at the mercy of outside influences – in particular government policy. Governments are big generators of meetings activities. They are also a huge influence on how the private sector sees meetings and conventions, through things like tax policy and the signals these send to corporations. Their immigration and transportation policies can have major impacts on our competitiveness. And they are also by far the largest single investor in meetings facilities – the convention centres without which a country or city are hard pressed to engage in the industry on any kind of a scale.*

*So how governments see us – particularly in the context of economic development policy – matters a lot. What also matters is the financial position in which they find themselves today, and how they will go about setting priorities for any new investment. And that presents us with a real problem.*

*Why? Because as an industry that needs ongoing investment and support simply to survive, we are living in a world of heavily indebted governments to whom any kind of investment is going to have to be seen as a matter of absolute necessity. That means that in order to get that investment, we have to be a top priority amongst a whole host of other competing infrastructure demands, which in turn requires a high level of appreciation for what we contribute to the overall economy. In most parts of the world, that level of appreciation isn't there or is limited to simply the economic impacts arising from delegate spending. The whole idea of a larger contribution by the meetings industry to broader economic development simply doesn't exist amongst most governments, as was amply demonstrated by their reactions in the midst of the financial crisis.*

*Which brings us back to the question of how we approach the future development of the industry – and in particular, how we need address those whose decisions will have a huge impact on our ability to compete and grow as a part of the global economy.*

*The process of raising profile and building a better and broader appreciation of what any industry does is not a quick or an easy one. But the one thing we can guarantee is that unless we make a start and build a sustained effort to achieve this we can have little reason to think we're going to effect any change. At the heart of the issue is the need to expand the image of the industry from one of that exists simply to attract visitors to one that is seen as a fundamental driver of economic development – and by extension, sustained economic recovery – because of the pivotal roles they play in driving innovation, knowledge transfer, professional development and even new investment.*

*But understanding what those challenges are is only part of what's*

**¿Cómo podemos hacerlo mejor en el futuro?**

Primero, necesitamos poder dejar de lado nuestras prioridades y perspectivas individuales para demostrar que podemos comportarnos como una industria y reaccionar de forma coordinada e integrada cuando se necesite. La llave para hacer esto es aceptar que mientras tengamos siempre intereses específicos y diferencias de opinión, existe un nivel en el cual podemos estar de acuerdo en varios principios básicos sobre lo que nos define como industria qué creemos que es lo que constituye nuestra proposición de valor.

Segundo, necesitamos reconocer y aceptar la importancia de mantener la consistencia en lo que decimos; cómo nos caracterizamos y qué medidas tomamos para apoyar nuestros reclamos por el valor que generamos. Esto nunca ha sido fácil en una industria compuesta de tantos sectores diferentes – pero es esencial para la credibilidad que necesitamos. Nadie puede socavar esta credibilidad más rápido que las contradicciones, y esto es siempre un riesgo cuando tenemos (y continuaremos teniendo) tantas organizaciones diferentes tomando posición en áreas de preocupación común.

Tercero, necesitamos estar seguros que ajustamos nuestros argumentos de forma que respondan a quienes los reciben – haciendo que nuestros temas resuenen en las personas fuera de la industria más que en nosotros mismos. Muy a menudo hemos llevado a cabo una fuerte discusión entre nosotros cuando es el mundo exterior el que necesita escucharnos – y típicamente, ellos hablan un lenguaje muy diferente y tienen sus prioridades mientras que nosotros realizamos tareas que benefician a la comunidad y brindan avances económicos en los términos más amplios posibles.

Y finalmente, tenemos que aceptar que es a nivel local donde los argumentos que ponemos delante deben tener una gran relevancia – lo que significa que necesitamos estar seguros que tenemos las cifras requeridas para poner las cosas en un contexto local más que global o nacional. Tan impresionantes como los “grandes” números, tienen poco significado a nivel comunitario que es donde la batalla sobre la atención pública será ganada o perdida. También significa que tenemos que hacer lo más fácil posible que los grupos de la industria interactúen a nivel local, más que dejar esa función a nuestras organizaciones nacionales o internacionales.

Esta es la dirección que la Joint Meetings Industry está tomando – y tenemos la esperanza y expectativa que seremos apoyados no solamente por las asociaciones de la industria sino también por todos los interesados en el futuro de la industria. A fin de tener éxito en lo que es un urgente y gran desafío, necesitamos poder dejar de lado las diferencias que hemos tenido entre los diferentes sectores y en cambio enfocarnos en lo que tenemos en común, y en cómo podemos transmitir nuestra historia más efectivamente.

Es nada menos que el futuro de la industria el que está en juego – y todos ganaremos o perderemos basados en cómo podamos trabajar juntos efectivamente para demostrar nuestro valor.

*necessary. The other part is taking actions to address them in a consistent, coordinated and effective way – and that’s something we haven’t historically been very good at as an industry.*

**How can we do a better job in the future?**

*First, we need to be able to set aside our individual priorities and perspectives long enough to demonstrate that we can in fact behave like an industry and react in a coordinated and integrated way when this is called for. The key to doing this is to accept that while we will always have our specific interests and our differences of opinion, there is a level at which we can agree on some basic principles about what defines us as an industry and what common beliefs we have on what constitutes our value proposition.*

*Secondly, we need to recognize and accept the importance of maintaining consistency in what we say; how we characterize ourselves and what measures we produce to support our claims for the value we generate. This has never been easy in an industry made up of so many different sectors – but is essential to the kind of credibility we need going forward. Nothing undermines that credibility faster than contradictions, and this is always a risk when we have (and will continue to have) so many different organizations taking positions in areas of common concern.*

*Third, we need to make sure we are shaping our arguments in ways that respond to who’s on the receiving end – to make our points in ways that resonate with people outside the industry rather than ourselves. Too often we’ve carried on a spirited discussion amongst ourselves when it is that outside world we need to be addressing – and typically, they speak a very different language and have their own set of priorities than we do such as jobs, community benefits and economic advancement in the broadest possible terms.*

*And finally, we have to accept that it is at the local level where the arguments we put forward have to have their greatest relevance – which means we need to make sure we have the figures required to put things into a local rather than global or national context. As impressive as the “big” numbers are, they have little meaning at the community level which is where the battle for public attention will be won or lost. It also means we need to make it as easy as possible for industry groups to interact at that local level, rather than leaving the job to our national or international organizations.*

*These are the directions the Joint Meetings Industry is pursuing – and it is our hope and expectation that we will be supported in this not only by our industry associations but everyone with a stake in the future of the industry. In order to succeed at what is a huge and urgent task, we need to be able to set aside the distinctions we have drawn between different sectors and focus instead on what we have in common, and how we can tell our story most effectively.*

*It is nothing less than the future of the industry that is at stake – and we will all either succeed or fail based on how effectively we can work together to demonstrate our value.*