



HOME	EL SEMÁFORO DE EXPONE	PONTE AL DÍA	LA FIRMA INVITADA	LOS EXPERTOS OPINAN	ARQUITECTURA EFÍMERA	SOLUCIONES PARA EL EXPOSITOR
CLAVES PARA LA ORGANIZACIÓN DE FERIAS Y EVENTOS	ESPECIALES MONOGRÁFICOS	ENTREVISTAS	CONGRESOS Y EVENTOS			

Leigh Harry, Presidente de JMIC (Consejo para la Industria de Reuniones)



JMIC, Consejo para la Industria de Reuniones, se creó en 1978 como vehículo para crear un foro destinado al intercambio de información y perspectivas entre las asociaciones internacionales involucradas en diversos aspectos de la Industria de Reuniones. Se reúne anualmente y sirve como nexo entre los miembros así como para revisar el estado de la industria y sus estrategias.

“Las reuniones se encuentran sometidas a una gran presión para demostrar su valor”

¿Cómo valora la evolución experimentada en el sector de las reuniones en los últimos cinco años?

Cada vez más se reconoce el hecho que las reuniones contribuyen al desarrollo empresarial y profesional y que no son simplemente una forma de hacer turismo. Se trata de una distinción importante, sobre todo en un momento en que la prioridad es la recuperación económica, pero también significa que nosotros mismos debemos interactuar mejor con las comunidades empresariales y profesionales para explicar esta diferencia.

En la actualidad, las reuniones se encuentran sometidas a una gran presión para demostrar su valor y es poco probable que se produzcan cambios en este sentido a corto plazo. Nuestra respuesta se debe centrar en hacer entender a todo el mundo, desde planificadores y delegados de gobiernos a comunidades empresariales, el papel que realmente juegan las reuniones y su vital importancia en la estrategia general de desarrollo económico de un país o región.

En el futuro deberemos justificar cada vez más las inversiones que realicen tanto los gobiernos como la corporación en el sector de las reuniones. Esto sólo lo podremos hacer si se convierte en una cuestión prioritaria y organizamos las medidas y argumentos para así responder de forma efectiva.

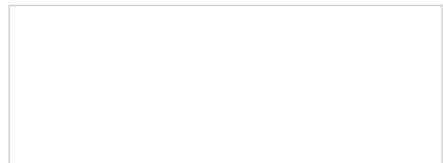
¿Nos podría decir tres puntos fuertes y tres débiles del sector de las reuniones?

Nuestro punto más fuerte es que somos un sector a tener en cuenta en cada profesión y empresa ya que, en la economía actual, las reuniones reflejan la manera en que se hacen las cosas. Asimismo nos favorece el hecho de que la necesidad y el deseo de interactuar cara a cara sea un rasgo fundamental de la condición humana y, hasta el momento, la tecnología no ha hecho demasiado para cambiar esta tendencia. En último lugar, la reciente recesión económica a nivel global ha puesto de manifiesto, en todo caso, la fortaleza de nuestro sector y cómo puede ayudar tanto a la recuperación económica como al resurgimiento de los viajes en general.

En cuanto a los puntos débiles, el más importante para mí es el hecho de no tener un perfil que nos diferencie como sector y que se piense que no creamos valor. Somos una industria más bien fragmentada, lo que ha dificultado la transmisión efectiva de nuestro mensaje. En concreto, a menudo se ha considerado que formamos parte del turismo, por lo que han perdido fuerza nuestros argumentos sobre el papel que desempeñamos en el desarrollo económico. Afortunadamente, todos estos aspectos se pueden mejorar pero nos tendremos que esforzar mucho para que esto ocurra.

¿Cuáles son los mayores retos que se deberán afrontar?

Tenemos varios retos que afrontar pero los principales son los que he mencionado anteriormente: la necesidad de mejorar nuestro perfil como sector y que tanto el gobierno como la comunidad reconozcan en mayor medida el



Lo Último

Hannover Messe 2010 se presenta con fuerza
Récord de participantes en Bauma

SECCIÓN
PATROCINADA POR:



Nube de tags

abierta académicos acceder accesos acerca acoger acogidos acontecimiento activa actuación actuaciones adelantado advisors afectadas afirman afirmó agenda alcance alemán alemana alhama alrededor americanos amplias añadió análisis analiza anualmente anunciado

valor que generamos. Asimismo afrontaremos cada vez más retos relacionados con los viajes, incluyendo temas como la sostenibilidad y los costes, que inevitablemente aumentarán una vez que la economía se haya recuperado por completo. También tenemos algunos asuntos internos, como la mayor competencia en el sector, pero creo que se resolverán por sí solos cuando veamos indicios de crecimiento en la economía global.

Es necesario añadir que es muy probable que los retos de hoy se conviertan en las expectativas del futuro. Como industria, debemos aceptar que los cambios están a la orden del día y debemos adaptarnos constantemente a la evolución de las reuniones y los congresos. Desde esta perspectiva, los retos crean tantas oportunidades nuevas como las inquietudes.

¿En qué medida se ha notado la actual crisis económica? ¿Ha tomado alguna medida excepcional para afrontarla? ¿En qué consiste?

Si miro hacia atrás, creo que mucha gente estaría de acuerdo en que los cambios más importantes que se han producido a lo largo de los dos últimos años son fruto de la propia evolución de las reuniones y, en todo caso, la recesión solo ha acelerado estas tendencias. En tiempos de crisis, todo el mundo quiere revalorizarse y busca nuevas oportunidades para reducir gastos; como resultado conseguimos una mayor eficiencia, que por lo general resulta ventajosa para todo el mundo a largo plazo.

Sabemos que después de la recesión las cosas "no serán como antes" sin más, de hecho habrá una "nueva normalidad". Las acciones que hemos emprendido como industria tienen como principal objetivo conseguir un mejor posicionamiento para responder a los retos. Por eso nos hemos centrado en aspectos como la educación, la investigación y el apoyo, que serán de utilidad tanto en los buenos como en los malos tiempos.

Una vez dicho esto, también hemos aprendido lecciones importantes, como por ejemplo, la importancia de la diversificación empresarial para combatir mejor los baches económicos. Estas lecciones serán muy útiles para planificar el futuro.

Según su opinión, ¿cuáles serán las principales tendencias en el mercado MICE (Reuniones, Incentivos, Conferencias, Eventos)?

Creo que la industria se recuperará con firmeza y aquellas áreas que acusaron un descenso más rápido también serán las que experimentarán una recuperación más espectacular. Por ejemplo, en su momento detectamos una reducción rápida e importante de la actividad empresarial mientras que las reuniones de asociaciones se mantuvieron relativamente estables en la mayoría de áreas. A medida que se recupere la economía es probable que se produzca una recuperación igualmente rápida en el área empresarial y entonces todos deberemos sopesar de nuevo nuestras prioridades comerciales.

¿Tiene algún indicio de cómo evolucionará el sector en los próximos años (2011-2012)?

Las perspectivas de negocio para este período son sorprendentemente buenas, con variaciones que se basan sobre todo en la salud de la economía en diversas regiones y países. El reto se encuentra en aquellas zonas en las que ya se han fijado presupuestos y asumido compromisos para este periodo, los cuales serán difíciles de cambiar incluso si el negocio mejora (las exposiciones pueden ser un ejemplo en este sentido).

No obstante, toda la industria debe ser suficientemente flexible para poder reaccionar ante cualquier dirección que pueda tomar el repunte de la economía. Sobre todo debemos entender que todos estamos implicados y que tanto los proveedores como los clientes necesitan trabajar mano a mano para asegurarse de que las reuniones y las convenciones sigan siendo un componente clave y valorado en el proceso de desarrollo empresarial y profesional.

<http://www.themeetingsindustry.org>

Artículos relacionados

René Kamm, CEO MCH Group Schweiz y presidente de EMECA (European Major Exhibition Centres Association)

Se impone el verde: la sostenibilidad como eje de la diferenciación en el turismo de reuniones

Los Palacios de Congresos ven fundamental el posicionamiento de las ciudades para el desarrollo de su negocio

Concurso para la ejecución de la identidad corporativa del Centro de Congresos de Vitoria-Gasteiz

La ampliación de IFA genera un impacto económico de 236 millones

aplicaciones aplicar aprovechar aragón argumentos arquitectura asegurar asegure asiáticos association asuntos

Reportajes: El sector MICE a fondo

CLAVES Y TENDENCIAS

SOLUCIONES

DESTINOS

La imagen cambiante del marketing ferial

Fidelización + innovación = grandes retos del sector

Ferias: un producto exportable

Nuevos horizontes en la industria ferial

Se impone el verde: la sostenibilidad como eje de la diferenciación en el turismo de reuniones

Newsletter

Nombre

Correo

Suscribirse



Corporativo

Quiénes somos
Publicidad
Contactar
Suscríbete

Buscar

Buscar...

