



## LOS EVENTOS DE NEGOCIOS SE UNEN A LOS POLÍTICOS EN UNA NUEVA DINÁMICA GLOBAL

*por Rod Cameron,  
Director Ejecutivo, JMIC*

Las reuniones y convenciones –donde van y cómo enfocan su contenido-, son afectadas por diferentes factores, incluyendo la influencia de la política global y regional. Frente a varias disrupciones políticas el año pasado –desde el Brexit a la elección presidencial en EE.UU. y la promesa de más cambios en varios países europeos –no es difícil pensar el impacto que puede tener en nuestros prospectos de negocios y hasta en el futuro de la industria.

Pero ya existen varias razones para creer que el cambio en las relaciones globales que causa tanta preocupación en varios círculos podría ser mínimo o potencialmente benéfico para la Industria de Reuniones.

Lo cierto es que, los impactos en los mercados globales –que generalmente no aceptan saltos o incertidumbres de ningún tipo-, fueron mucho menos dramáticos y cortos de lo que se imaginaba, con algunas reacciones iniciales absorbidas rápidamente, reajustadas y recuperadas en días, si no horas, de la impresión inicial. Cualquiera sea la conclusión final tomará años alcanzarla con muchos baches en el camino.

Pero la Industria de Reuniones responde a muchas fuerzas diferentes. Para comenzar, una gran proporción de eventos son de hecho locales o regionales, y esto marca una base estable de actividad en cualquier destino.

Al mismo tiempo, varios eventos en rotación lo hacen por necesidades académicas o profesionales más que de negocios, y éstos difícilmente sean afectados, como los eventos de asociaciones fueron prácticamente intocables por la crisis financiera global dentro de la memoria reciente.

## BUSINESS EVENTS MEET POLITICS IN A NEW GLOBAL DYNAMIC

*by Rod Cameron,  
Executive Director, JMIC*



*Meetings and conventions – where they go and how they approach their content - are affected by many different factors, including the influences of global and regional politics. In the face of a lot of political disruptions this past year – from Brexit to the US Presidential election and the promise of more dislocations in a number of European countries – it is not unreasonable to wonder what impacts all this may have on our business prospects and even the future of the industry.*

*But already there are a lot of reasons to believe that the shifting global relations causing so much concern in many circles may well be minimal or potentially even beneficial to the Meetings Industry.*

*For one thing, impacts on global markets – which generally don't like shocks or uncertainty of any kind – were much less dramatic and shorter-lived than anyone expected, with any initial reactions quickly absorbed and readjustment and recovery underway within days, if not hours, of the initial shocks. Whatever the final balance turns out to be it will be years in the making, with a lot of bumps in the meantime.*

*But the Meetings Industry responds to some very different forces. To begin, a very large proportion of events are in fact local or regional, and these make for a very stable base of activity in any destination.*

*At the same time, many events on rotation are driven by academic and professional needs rather than business ones, and these are unlikely to be much affected, just as association events were practically untouched by the global financial crisis within recent memory.*



Segundo, los factores de decisión importantes para la mayoría de los organizadores no serían influenciados por la política local o regional. Este criterio de selección está basado generalmente donde los eventos necesitan ir para responder a la distribución de los mercados y miembros, el potencial de nuevos mercados y miembros y, cada vez más, relacionados con instituciones y programas que responden a las prioridades establecidas por las organizaciones en cuestión –ninguna de las cuales serán particularmente influenciadas por los cambios políticos.

*Secondly, decision factors important to most planners and their respective organizations are unlikely to be much influenced by local or regional politics. These selection criteria are generally based on where events feel they need to go in order to respond to the distribution of markets and members, potential for new markets and members and, increasingly, linking up with institutions and programs that respond to the priorities set by the organizations in question – none of which are going to be particularly influenced by political changes.*

Otros factores –como la calidad y atractivo del producto del destino, incluyendo las facilidades de reuniones, el producto complementario de hoteles y la presencia de otros aspectos esenciales para llevar a cabo un gran evento–, son una vez más difícil de ser impactados por temas políticos.

*Other factors - such as the quality and attractiveness of the destination product, including meeting facilities, the complementary hotel product and the availability of other amenities essential to the delivery of a great event – are once again unlikely to be impacted by political issues.*

Otras consideraciones fundamentales – ciertamente desde el ajuste que acompañó la última recesión global-, es la estructura de costos, y esto realmente puede ser beneficioso de lograr. En los destinos donde hay un impacto en la moneda, puede ser ventajoso ver como organizadores la oportunidad de conseguir los destinos deseados a precios con descuentos –y hasta tiene un mayor potencial para arreglos de impuestos más beneficiosos dependiendo cómo este factor juega en el futuro.

*Another key site consideration – certainly since the belt-tightening that accompanied the last global recession – is cost structure, and here there may actually be benefit accruing to some. In destinations where there is a currency impact, this may actually create an advantage as organizers see opportunities to get desirable destinations at discount prices - and there is even further potential for more beneficial tax arrangements depending on how this factor plays out in the future.*

Finalmente, hasta podría haber un efecto de “espacio de esperanza”; ya los académicos, investigadores y asociaciones con conexiones internacionales están reaccionando a las restricciones de viajes en ciertos países con argumentos bien articulados sobre el valor de las reuniones para sus respectivas áreas y sobretodo para el avance global necesario para mantener el progreso económico.

*Finally, there may even be a “silver lining” effect; already, academics, researchers and associations with international connections are reacting to travel restrictions in certain countries with well-articulated arguments around the value of meetings to their respective areas and overall to the global advancement necessary for maintaining economic progress.*

Esto está movilizando un grupo que no siempre ha sido un firme defensor de la industria, y esas

*This is mobilizing a group that has not always been a staunch defender of the industry, and*

voces podrían ser aún más fuertes que las nuestras en prender la alarma y revertir algunas de las tendencias más drásticas.

Entonces; ¿Se avecina una catástrofe? No parece. Al final, las reuniones y convenciones harán lo que siempre han hecho –crear foros para que la gente intercambie conocimientos y apoyen el avance de los negocios y las profesiones. A este respecto, su papel podría convertirse en ser un buen instrumento donde es más necesitado –ayudar a unir las brechas creadas por el cambio de las alineaciones políticas.

**El Joint Meetings Industry Council (JMIC) es una organización que representa los intereses combinados de 15 asociaciones internacionales de la Industria de Reuniones. Ha ofrecido un foro de intercambio de información entre los grupos de la industria por más de 50 años y recientemente se ha involucrado aún más en el proceso de articulación y entrega de mensajes de la industria a toda la comunidad y audiencias gubernamentales así como desarrollar mejores mecanismos para documentar el valor de la industria.**

*those voices may be even stronger than ours in raising the alarm and reversing some of the more drastic tendencies.*

*So; a looming catastrophe? Not likely. In the end, meetings and conventions will mostly do what they have always done – create forums for people to exchange knowledge and support the advancement of business and the professions. In that regard, their role may turn out to be a force for good where it's most needed – helping bridge the gaps created by changing political alignments.*

***The Joint Meetings Industry Council (JMIC) is an organization that represents the combined interests of 15 international Meetings Industry associations. It has provided a forum for information exchange amongst industry groups for over 50 years and has recently become more engaged in the process of articulating and delivering industry messages to wider community and governmental audiences as well as developing better mechanisms for documenting the value of the industry.***

www.miceconsulting.com

(ARNALDO NARDONE-Director)

**Arnaldo Nardone - Uruguay**  
 Master Profesional en Estrategia, Marketing y Gestión Empresarial - Universidad Juan Carlos III Madrid.  
 Licenciado en Administración Hotelera en la Escuela de Negocios de la Universidad de Bridgeport-EEUU.  
 Licenciado en Gerenciamiento Estratégico en la Universidad de Cornell - EEUU.  
 Autor de El ABC del turismo de reuniones y de Posicionamiento y Desarrollo de destino de reuniones y eventos, ambos publicados por la Universidad de San Martín de Porres de Lima.



Mice Consulting es una empresa internacional especializada en desarrollar turismo de reuniones y eventos, generando planes estratégicos para países y ciudades, análisis de mercado, marketing de destino, proyectos arquitectónicos y operacionales, así como estudios de viabilidad de centros de convenciones y predios feriales.

Con 15 años de experiencia a nivel global, es ampliamente reconocida por su excelencia en consultorías, gestión de negocios, asesorías y capacitaciones.

Dentro de su portfolio se destacan actividades en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, México, Panamá y Uruguay.

HACEMOS QUE LAS COSAS SUCEDAN

**MICE** Consulting

(+598) 94 46 80 60 - (+519) 875 866 70  
 nardone@miceconsulting.com / Skype: arnaldonardone