

# ¿CUÁL ES EL VALOR DE UN CONGRESO?

por Barbara Maple \*



**¿Cuál es el valor de un congreso? Esta es una pregunta que una gran cantidad de personas se están preguntando en estos días, por una inmensa cantidad de razones.**

Si es el operador de un centro de convenciones, necesita saber la respuesta a los efectos de justificar el costo de las operaciones y marketing a los propietarios. Si es una asociación, querrá saber cuanto vale su evento para la comunidad anfitriona y sus asociados. Y si es funcionario gubernamental, necesita esos números como guía para

saber qué tipo de retorno está obteniendo de la inversión pública en las sedes como los centros de convenciones.

Cualquiera sea la necesidad, el proceso de cálculo nunca ha sido fácil, por la simple razón que las formas de gasto que tienen lugar en las asociaciones con los congresos es muy amplia y diversificada, repercutiendo en diferentes sectores comerciales. Y el gasto de los delegados —la figura más asiduamente calculada— solo representa una parte de la ecuación económica total.

Los centros de todas partes del planeta, ven cada vez más como una prioridad el cálculo del beneficio económico —y como resultado emergieron varios resultados interesantes. Pero hacer esto correctamente es un proceso muy arduo. Detallaré varios de los elementos que llevan a un cálculo correcto.

Primero, el gasto de los delegados necesita ser calculado en base al lugar específico. Durante muchos años, la industria de las reuniones sobrevivió sobre promedios brutos que tenían poca relevancia directa

con cualquier sede en particular, cada una de las cuales tiene su propia estructura de costos y patrones de gastos. No existe realmente una forma de obtener esta información sin encuestar individualmente a los delegados y unificar los resultados, algo que es tanto trabajoso como demandante en tiempo.

Segundo, estas encuestas necesitan realizarse en un número específico de categorías para que pueda adaptarse a un modelo que actúe en el cálculo actual del impacto económico. Y hay aún más, no es suficiente multiplicar las cifras de gastos por el número de días del evento, ya que siempre hay estadías por viajes pre o post evento junto al período real de la convención, siendo esto el resultado directo de la concurrencia a la conferencia.

Pero hasta cuando se cuenta con un número sólido de gastos por delegado, se recorrió solamente una parte del camino. Está también el gasto de los expositores y otros acompañantes al evento –gastos que de otra forma no se realizarían, y que deben ser contabilizados. Al mismo tiempo, están todos los costos asociados a la producción del evento –cosas como presentaciones, servicios y banquetes que son normalmente cubiertos por las tari-

fas de registro de los delegados, pero que no figuran en la información local de gastos. Ambas cosas son generalmente una parte importante de la ecuación económica –pero a menudo no tenidas en cuenta en los cálculos simplificados realizados en el pasado.

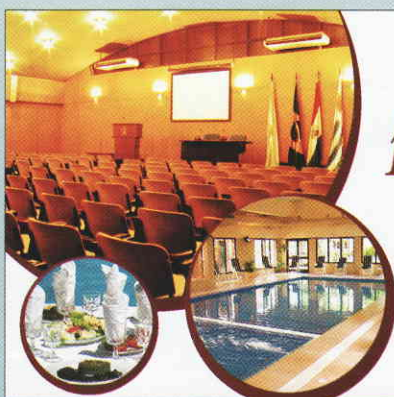
Finalmente, necesitamos saber el resultado del impacto económico de este gasto, y por eso, necesitamos el modelo “Ingreso/Egreso” mencionado anteriormente. Este tipo de modelo computarizado es utilizado generalmente por los gobiernos con el propósito específico de saber cómo los gastos se reflejan en la economía local y qué tipo de efectos económicos tienen, incluyendo temas como el empleo y recaudación de impuestos en varios niveles del gobierno. Al tener los números de gastos se pueden ver los efectos inducidos que permitirán comparar las reuniones con los que otros sectores de la industria están generando.

Se ve como mucho trabajo –y lo es. Pero como expresa el dicho popular, “vale la pena hacerlo, vale la pena hacerlo bien”. Precisión es la clave, como fuera mencionado anteriormente, hay una gran tentación de utilizar los números promedio de la industria para calcu-

lar el impacto económico, lo que se ha visto muy seguido en el pasado. Pero a medida que avanzamos como industria, aumenta la importancia de invertir tiempo para obtener las cifras más precisas que sea posible. Esta es la única forma en que podemos ser tomados seriamente por la gente receptora –y credibilidad es el nombre clave cuando nuestra reputación colectiva está en juego.

Ahora, el trabajo es tomar esta información y utilizarla de la mejor forma ante importantes audiencias! No es suficiente contar con la información, necesita ser bien presentada para poder utilizarla de la forma más adecuada y ventajosa. Pero cuando los cálculos son hechos correctamente, resulta en esa confianza adicional que surge de poder trabajar con una información buena y sólida.

\* *Barbara Maple es Presidenta de la Asociación Internacional de Centros de Convenciones (AIPC), Presidenta del Centro de Convenciones y Exposiciones de Vancouver, Presidenta del Joint Meetings Industry Council (JMIC) y Presidenta del Directorio del World Council for Venue Management (WCVN).*



## La combinación perfecta para un evento mágico

Los mejores servicios de un **cuatro estrellas de nivel internacional**, con un **Spa** irresistible, una variedad de **exquisiteces ÚNICAS** en Colonia y un **Centro de Convenciones** con cuatro salas de última generación atendido por un grupo humano excepcional.

**El Mirador**  
HOTEL & SPA  
Colonia del Sacramento

[www.hotelelmirador.com](http://www.hotelelmirador.com)

CONFIRME su reserva a: [reservas@hotelelmirador.com](mailto:reservas@hotelelmirador.com)

Telex: +(598 52) 22552 - 22004

COLONIA DEL SACRAMENTO - URUGUAY