



¿ESTAMOS LISTOS PARA UNA ECONOMÍA MAS DÉBIL?

por Edgar Hirt - Presidente de AIPC

Hace solamente ocho meses le "tomamos el pulso" a la industria con una encuesta entre los miembros de AIPC sobre su trabajo actual y confianza en el crecimiento futuro del negocio. Los resultados, como se informó en la Conferencia Anual de Graz, fueron generalmente alentadores, con una vasta mayoría de los miembros (86%) que vieron crecer su negocio en el pasado año (con solamente un 14% viéndolo decrecer) y 55 % declarando que estaban aún más confiados en las perspectivas para 2007 (5% indicó que estaba menos confiado y 40% esperaban que el negocio se mantendría estable).



ARE WE READY FOR A SOFTENING ECONOMY?

by Edgar Hirt - AIPC President

It was only eight months ago that we went out to "take the pulse" of the industry by surveying AIPC members about their current performance and confidence in future business growth. The results, as reported at the Annual Conference in Graz, were uniformly cheerful, with the vast majority of members (86%) having seen their business increase over the past year (with only 14% seeing a decrease) and 55% stating that they were even more confident in their business prospects for 2007 (5% indicated they were less confident and 40% expected business to remain the same).

De acuerdo con los resultados de otra encuesta, la respuesta estaba basada mayoritariamente en la anticipación de una mejora en la economía, aumento de reservas y perspectivas de más negocios a corto término. El tipo de negocios que los encuestados esperaban que aumentara era mayoritariamente corporativo, seguido por convenciones.

De hecho, la única preocupación real que surgió de estos resultados -tal como fue discutido en Graz- fue el hecho que todo este éxito aumentaría las expectativas de los propietarios hasta un nivel que no sería sustentable en el caso de descenso en los negocios. De hecho, los encuestados declararon que los primeros desafíos que ven en el futuro era cambiar las expectativas de retorno, reconsiderar la dirección, financiamiento y gobierno - cosas que serían ajustadas ante cualquier reversa en el éxito de los negocios.

Hoy, a menos de un año, estamos preocupados por el estado de la economía mundial y, en particular, la perspectiva de una recesión económica en EE.UU. La pregunta es, ¿estamos preparados para lo que esto significa?

Todos sabemos que nuestro negocios de congresos y exposiciones está regido en amplia proporción por las

According to other survey findings, this response was based largely on the anticipation of an improving economy, increased bookings and the prospect of more short term business. The type of business that respondents expected to drive the increase was heavily corporate, followed by conventions.

In fact, the only real concern that arose from these results -as was discussed in Graz- was the fact that all this success would rise owner expectations to a level that would not likely be sustainable in the event of a downturn in business. In fact, those surveyed stated that the primary challenges they could see in the future were changing revenue expectations, management reviews, financing reviews and governance reviews -all things that would be shaped by any major reversal in business fortunes.

Now, less than a year later, here we are in a time of concern about the state of the global economy and, in particular, the prospect of a US led economic recession. The question is, are we prepared for what this may mean?

We all know that our congress and exhibition business is driven to a large extent by economic conditions. While centres are to some extent protected by the longer term bookings associated with convention business, decreasing

condiciones económicas. Mientras los centros están en cierta medida protegidos por las reservas a largo plazo asociadas al negocios de las convenciones, la baja en la participación y la cancelación de negocios a corto plazo podría eventualmente cobrar su peaje si la economía cae como sucedió a principios de esta década.

Al mismo tiempo, otros dos temas están emergiendo y podrían convertirse en futuros desafíos a enfrentar. El primero es que varios proveedores / socios en la industria como los hoteles están dirigiendo sus negocios con muchos nuevos propietarios y altas expectativas de ingresos que alcanzar, por lo que no podrán o no querrán ofrecer el alojamiento a precios atractivos, lo que forma parte esencial del paquete de convenciones. El segundo es que la actual falta de mano de obra especializada hace más difícil para todos mantener el nivel de servicio y calidad, lo que es una gran parte de nuestro negocio en la actualidad.

Con la experiencia de la última recesión, pienso que todos comprendemos que hay una necesidad de promover una mejor comprensión de la economía de la industria, particularmente en términos de documentar los beneficios. Al mismo tiempo, hay una necesidad de explorar mercados alternativos y fuentes de ingreso, poner gran atención a la capacitación del personal, iniciativas de reclutamiento y retención y explorar nuevas formas de interactuar con los socios de la industria. Habría sido bueno hacer esto cuando el negocio estaba en apogeo, pero a pesar de esto hay cosas que hacer si el negocio decrece.

Lo hicimos durante la última recesión; lo haremos también en esta! Nuestro mejor apoyo será el hecho que varias lecciones que hemos aprendido nos servirán si el negocio decae nuevamente.

participation and the cancellation of short term business could eventually take their toll should the economy falter as it did at the early part of this decade.

At the same time, two other issues are emerging that may compound future challenges we face. The first is that many supplier / partners in the industry such as hotels are addressing their own issues with many new owners and high revenue expectations to meet, so they may be either unable or unwilling to supply the accommodation that makes up an essential part of the convention package at attractive rates. The second is that ongoing labour shortages are making it more difficult for everyone to maintain service levels and quality, which is a very big part of our business today.

With the experience of the last recession, I think we all understand that there is a need to promote a better understanding of industry economics, particularly in terms of documenting benefits. At the same time, there is a need to explore alternate markets and revenue sources, pay greater attention to staff training, recruitment and retention initiatives and explore new forms of interactions with industry partners. It would have been nice to do this when business was at a high, but even so there are jobs that have to be done even if business is softening.

We made it through the last recession; we'll make it through this one! Our best support will come from the fact that many of the lessons we learned then will help serve us if business softens again.



**Si para usted es importante
escuchar a los más destacados
profesionales de su sector,
TAM lo lleva.**

**RESERVAS E INFORMES DURANTE
LAS 24 HS. TEL.: (595 21) 645 500
E-mail: eventos@tam.com.py**

TAM
MERCOSUR