

LA CONFIANZA DECAE FRENTE A LA CRISIS

CONFIDENCE DROPS IN VIEW OF THE RECESSION

La última encuesta anual llevada por la Asociación Internacional de Palacios de Congresos (AIPC) entre sus miembros para conocer la situación global del mercado de los congresos revela una baja de confianza entre los palacios de congresos de cara al futuro de sus negocios. En efecto, un 42% de los encuestados anticipan 2008 como un buen año cuando el

The last annual survey carried out by the International Association of Conference Centres (AIPC) among its members to find about about the overall position of the meeting market reflects a drop in confidence with respect to their future business. In fact, 42% of those surveyed predicted 2008 would be a good year as contrasted with

55% hacía el mismo pronóstico el año pasado. Al contrario, el porcentaje de escépticos subió de 5% en 2007 a 12% este año.

Aumento general de los negocios

Pero paradójicamente, en un contexto claramente marcado por la recesión económica, un aplastante 84% de los palacios

55% last year. Besides, the percentage of sceptics rose from 5% to 12% this year.

General increase in business

However, paradoxically, in a context clearly marked by the economic recession, an overwhelming 84% of conference centres confirmed an increase in



de congresos han confirmado un aumento de sus negocios en el período considerado por la encuesta (de mayo 2007 a mayo 2008), comparado con el año anterior. Este aumento toma en cuenta la cartera de pedidos (eventos ya programados) y negocios que han resultado de nuevas estrategias de marketing y diversificación de mercado. A cambio, los que han observado un descenso de sus negocios lo achacan en particular a un empeoramiento de la situación económica y un aumento de la competencia.

Retos

En cuestión de retos, a los que los palacios de congresos van a tener que enfrentarse en los próximos tres años, los encuestados destacaron la presión ejercida por la jerarquía en términos de generación de beneficios y rentabilidad. También mencionaron la influencia de cambios políticos y, a nivel interno, la revisión de aspectos como la financiación, la dirección o la gestión de los recintos. Desde la perspectiva del mercado, anticipan un aumento de la competencia y de las consideraciones medioambientales y una mayor

business in the period covered by the survey (from May 2007 to May 2008), compared to the previous year. This increase takes into account the portfolio of orders (events already planned) and business resulting from new marketing strategies and market diversification. Whereas those who saw a fall in business attributed it in particular to a worsening of the economic situation and a rise in competition.

Challenges

As for challenges the conference centres are going to have to face in the next three years, those surveyed highlighted pressure from hierarchy in terms of making money and profitability. They also mentioned the influence of political changes and, internally, a review of aspects such as financing, management or the running of the centres. From the point of view of the market, they anticipated an increase in competition and environmental issues and a stronger influence of the PCOs. They also forecast a reduction in the size of

influencia de los OPCs. También prevén que la disminución del tamaño de ciertos eventos y la creciente negativa de los clientes a pagar por servicios extras influirán negativamente en la generación de ingresos. Otros factores, que puedan afectar los negocios de los palacios de congresos, abarcan el aumento de los costes de operaciones y de regulaciones impuestas por los gobiernos y una carencia de personal (cualificado).

Soluciones

Frente a estos problemas, que se perfilan como los mayores obstáculos a su buen rendimiento, palacios de congresos encuestados han precisado haber desarrollado nuevas estrategias de comunicación para captar clientes -a la vez que están considerando revisar sus tarifas y ofrecer más valor añadido-, programas de formación profesional, de contratación y retención del personal e iniciativas relacionadas con el medioambiente. También se están volcando en el mercado local como nueva fuente de prospección de clientela. •

certain events and that the increasing refusal by clients to pay for extra services would negatively influence the generating of receipts. Other factors possibly affecting conference centres' business ranged from a rise in operating costs and regulations imposed by governments, plus a lack of (qualified) staff.

Solutions

In the light of these problems, which were outlined as the greatest obstacles to their performance, the conference centres surveyed stated that they had developed new communication strategies to win clients - while simultaneously reviewing their prices and offering more added value-, programmes on professional education, hiring and keeping staff, as well as environmental initiatives. They are also getting involved in the local market as a new source of prospective clients. •

