



La tribuna de AIPC **AIPC** AIPC Members Speak

Reflexiones desde la perspectiva de 50 años de experiencia

Valuable Insights from 50 Years of Experience

por/by Edgar Hirt, presidente de la AIPC
President AIPC



Cuando cualquier organización llega a la venerable edad de los 50 años, tiene mucha historia a la que mirar retrospectivamente. Esto, se supone, debe generar también el tipo de reflexiones y dar las lecciones que nos ayudarán a orientarnos con éxito en el futuro.

Esto es justamente el caso de la AIPC; la demanda de un sector en constante evolución indica que los directivos de los centros de congresos necesitan toda la ayuda que pueden obtener para anticipar y responder a los problemas y oportunidades que encuentran diariamente.

Hemos aprendido un montón en estos últimos 50 años. Sabemos, por ejemplo, lo muy estable que es efectivamente nuestro sector y que la necesidad de una comunicación cara a cara,

When any organization reaches the ripe old age of 50, it has a lot of history to look back on – and, hopefully, this also brings the kind of insights and lessons that can help steer a successful course for the future. This is certainly the case with AIPC, where the demands of an ever-evolving industry mean that centre managers need all the help they can get to anticipate and respond to the issues and opportunities the face on a daily basis.

We've learned a lot of value in our last 50 years. We know, for example, how stable the industry really is and that the need for face to face encounters such as those provided by meetings, conventions and exhibitions are an essential element in the business, marketing and professional development plans of an organization.

como la que proporcionan las reuniones, las convenciones y los salones profesionales, es un elemento indispensable de los negocios, del marketing y de la estrategia de desarrollo profesional de una organización. También hemos aprendido que todo esto, a pesar de lo que se ha ido prediciendo desde hace años, difícilmente puede ser sustituido por otras formas de comunicación como pueden serlo las comunicaciones electrónicas. Y sabemos que este sector es particularmente resistente; lo ha demostrado al recuperarse no sólo de la amenaza terrorista sino también de la crisis económica de estos diez últimos años.

Al mismo tiempo, una serie de factores han aparecido, que afectan gravemente al éxito de los operadores individuales en un mercado competitivo. Y a pesar de

We've also learned that these are not easily replaced by remote forms of communications like electronic communications, as was predicted for many years. And we know that the industry is an extraordinarily resilient one, as demonstrated by the way it rebounded following the terrorism and accompanying economic turmoil earlier in this decade.

At the same time, a number of areas have emerged as being critical to the success of individual operators in a competitive market, and while we have been able to respond to these reasonably effectively to date there is a lot more work to be done in the future. Let me give just three examples; First, there is the paramount importance of quality – not just in terms of facilities, but of services, technology and even



haber sabido enfrentarse a ellos de manera relativamente eficaz, hoy en día queda todavía mucho que hacer de cara al futuro. Me explico;

Primero, está la suma importancia de la calidad, no sólo en término de instalaciones pero también de servicios, tecnología y hasta la experiencia general vivida por los congresistas. Mientras prosigue la construcción y renovación de los centros de convenciones, y a medida que crece la competencia con productos excelentes, ya no basta con ser simplemente correcto. Un centro necesita distinguirse si quiere seguir siendo competitivo. Esto es y seguirá siendo un reto continuo para los centros de congresos internacionales, en particular los que tienen que competir con recintos nuevos que hacen gala de las últimas tecnologías y diseños.

En segundo lugar está el medioambiente. Este factor se ha convertido en una prioridad para muchas comunidades y para un número creciente de clientes de nuestro sector. Y lo seguirá siendo. Lo bueno es que la mayoría de los centros de congresos ya han adherido pronto y eficazmente a esta causa, llevando una agenda de desarrollo sostenible en varias áreas de sus actividades.

Y esto es importante para que otros retos ligados al medioambiente – como lo es el transporte de largas distancias – sean tomados en cuenta adecuadamente y valorados con respecto al beneficio neto general que

the overall delegate experience. As convention centre construction and renovation continues and the market becomes more crowded with top-end products, it is no longer enough to be simply acceptable; a centre needs to be able to truly distinguish itself if it is to remain competitive. This is and will remain an ongoing challenge for centres world wide, particularly those which are having to compete with new facilities which incorporate the very latest in design and technology.

The second is the environment. This factor has been propelled to the top of the priority list in many communities as well as for a growing number of clients, and is not likely to be going away any time soon. The good news is that most centres have already responded quickly and effectively, and in many areas are actually driving the sustainability agenda. This is important as a means of ensuring that other environmental issues – those associated with long distance travel, for example – get put in proper perspective and weighed against the overall net benefits that arise from international meetings.

The third factor is community interaction – and the critical need for community and shareholder support. In most parts of the world, centres act as “loss leaders” for the greater economic benefit they generate – which means they are often not profitable. A community and an owner

producen las reuniones internacionales.

El tercer factor es la interacción de la comunidad – y la imperiosa necesidad de obtener el apoyo de la comunidad y de los accionistas. En muchas partes del mundo, los palacios de congresos actúan como campeones del déficit con respecto a los beneficios económicos mayores que generan (lo que significa que son raramente rentables). Una comunidad y un propietario (generalmente alguna forma de gobierno) deben entender esta realidad económica, particularmente cuando se enfrentan a pérdidas operativas que achacan hasta los mejores palacios de congresos. Por consiguiente, hemos aprendido también que generar este tipo de apoyo es una responsabilidad continua.

Estas son sólo unas pocas lecciones que hemos aprendido. Pero ilustran el valor de la experiencia en ayudar a determinar futuros éxitos. Mientras celebramos los 50 años de la AIPC, nos hemos parado a hacer estas reflexiones sobre los beneficios que podemos sacar de ¡medio siglo de aprendizaje! •

Edgar Hirt es presidente de la Asociación Internacional de Palacios de Congresos (AIPC) y director general del centro de congresos de Hamburgo.

(typically some form of government) needs to understand this economic reality, particularly when faced with the operating deficits that often accompany even the most successful convention centres, and as a result, we've also learned that generating this kind of support is an ongoing responsibility.

These are only a few of the kinds of lessons we've learned, but they illustrate the value of experience in helping determine future success. As we move through our 50th anniversary year at AIPC, we'll be reflecting on them – and on the benefits we can draw from of a half-century of learning! •

Edgar Hirt is the President of the International Association of Congress Centres (AIPC); and Managing Director of CCH, Congress Center Hamburg

AIPC is an international association of over 160 of the world's leading convention and exhibition centres around the world. Its mission is to support, encourage and recognize excellence in convention centre operation and management and it supports this mission with activities designed to assist members in improving their level of management expertise in such areas as operations, finance, technology, staff development, marketing, client relations and environment. It is based in Brussels, Belgium.

**Para la información adicional por favor póngase en contacto:
For further information please contact:
marianne.de.raay@aipc.org
o visite / or visit:
www.aipc.org**