

ICGA tiene la filosofía de apoyar cualquier iniciativa que ayude a conseguir mayor reconocimiento del Turismo de Reuniones / Estudios recientes muestran cómo el terrorismo no tiene un efecto inmediato en las reuniones / Europa, por tradición, era y es un mercado líder en el Sector

BARBARA MAPLE / PRESIDENTE DE AIPC

Trabajamos para conseguir abrir las puertas de la OMC

BARBARA MAPLE TIENE una carrera muy diversa dentro de sectores públicos y privados como el *Canadian Tourism Commission and Meeting Professionals International*. Su carrera culminó cuando ocupó el cargo de directora general del Centro de Convenciones y Exhibiciones de Vancouver, cargo que lleva ocupando seis años. Este centro recibió el *Apex Award* al mejor centro de convenciones del año en 2002 bajo su dirección. Además, Maple compagina este cargo con el de presidenta de la *Association Internationale des Palais de Congrès* (AIPC) que lleva ocupando durante tres años.

■ **¿Cuáles son los principales fines y objetivos de AIPC?**

● La misión de AIPC es "fomentar y reconocer la calidad en la gestión de centros de convenciones". AIPC realiza esto dando a sus miembros la oportunidad de formar parte de



«Nunca deberíamos olvidar que la razón de las reuniones es que la gente pueda reunirse personalmente para intercambiar conocimientos»

«Planificadores con experiencia buscan la calidad, no la ganga: los abastecedores nunca deberían

sarrollo en el Turismo de Reuniones?

● Los organizadores de eventos están buscando valores además de nuevas experiencias para sus delegados. Al mismo tiempo, están buscando seguridad, estabilidad política y buen acceso. Esto significa que los nuevos destinos que pueden ofrecer estas cualidades serán capaces de irrumper en el liderazgo del mercado tradicional más que anteriormente, particularmente si ellos ofrecen un buen coste de infraestructuras y un servicio superior. Muchos planificadores parecen desear pagar un extra por ir a destinos con un alto perfil cuando hay tantas buenas alternativas disponibles.

■ **¿Cree que los gobiernos se involucran suficientemente en el desarrollo de Sector en sus respectivos países? ¿Qué más podrían hacer?**

● Normalmente los gobiernos no están bien informados acerca de la industria de las reuniones y de la cantidad de beneficios de ca-

una reunión global de los mejores directores de centros de convenciones, así como la participación en los temas clave y las oportunidades orientadas a la industria.

■ **¿De cuántos miembros está constituida la AIPC?**

● Actualmente AIPC tiene afiliados 142 centros representando 50 países alrededor del Mundo.

■ **¿Cuáles son las expectativas de crecimiento de la Industria del Turismo de Reuniones para 2006?**

● Ahora mismo el mercado de las reuniones se está recuperando de un marcado declive global que ha tenido lugar anteriormente en esta década. De todas formas, ha estado teniendo un firme crecimiento a lo largo de este periodo, por lo que la competición es intensa. Nosotros creemos que el negocio se recuperará hasta los niveles anteriores a 2001 y más allá, pero esto ocurrirá en un ambiente muy competitivo.

■ **De acuerdo con las declaraciones de John Cristison en Québec, la especialización de estos meetings está provocando que el número de asistentes a cada meeting disminuya, con lo son necesarios muchos más para tener el mismo impacto económico. ¿Cómo se plantea la AIPC hacer frente a esta problemática?**

● Nosotros vemos esto más como una oportunidad que como un problema. La especialización significará más reuniones, lo que sucesivamente crea más oportunidades de negocio para nuestros miembros. La forma de estas reuniones cambiará, poniendo más énfasis en la interacción y la tecnología de reuniones. Además, el cambio es algo a lo que todos nosotros estamos acostumbrados hoy en día.

«Oblidar esto»

afectar esto a la celebración de eventos en EEUU? ¿Potenciará esta situación que las conferencias que se celebran en EEUU deician cambiar de emplazamiento a otras regiones del globo?

● Las restricciones de viajes de cualquier tipo claramente tienen un gran impacto en la participación de reuniones, y los eventos de asistencia global buscarán lugares de delegaciones donde un mayor número de delegaciones potenciales tengan más fácil acceso. Aún así, EEUU tiene un gran mercado interno que continuará apoyando el negocio de las reuniones a pesar de la asistencia internacional.

Nosotros creemos que mientras la seguridad sea importante, los creadores de políticas de todas partes verán que estas restricciones

sólo dañan la economía y bloquean el progreso hacia unas mejores relaciones internacionales.

■ **¿Cuál cree que será la tendencia del Sector para la próxima década?**

● Nosotros vemos ya el crecimiento del mercado, y sentimos que esto continuará. Va a haber una mayor especialización de las reuniones, y al mismo tiempo, habrá también mayores expectativas hacia las instalaciones, tecnología y servicios. El número, el tamaño y la calidad de los centros de convenciones sigue incrementándose, lo que significa que el mercado continuará siendo muy competitivo, y sólo aquellos que dejen tener unas instalaciones y servicios superiores prosperarán.

■ **¿Qué regiones considera que tengan más posibilidades de de-**

racter económico y no económico que crea. De hecho, muchos no parecen muy preparados para las importantes decisiones que van a tener que tomar a medida que esta industria vaya volviéndose más competitiva.

Nosotros necesitamos que los gobiernos estén mejor informados acerca de cómo opera la industria y de cuáles son las necesidades de una región para que pueda ser más competitiva, pero es nuestro reto, no el suyo. Los miembros de cualquier tipo de industria necesitan acercarse a los líderes de sus gobiernos, animándoles a ser más activos y darles razones de por qué deberían involucrarse más.

■ **Según las declaraciones de David Baxter en la última Conferencia Anual celebrada en Québec, vía Internet podemos acceder a más información que atendiendo a una reunión, con lo que éstas deberían atender otras necesidades. ¿Qué necesidades deben ser satisfechas en este tipo de reuniones?**

● Normalmente las reuniones tratan de comunicar y recibir información, pero ahora hay muchas más formas de hacerlo. De todas formas, para lo que mejor sirven es para proveer de los medios para los intercambios personales y la construcción de relaciones; lo que Baxter definió como la validación de la información a través del contacto personal. Eso nos sugiere que las reuniones tratarán más acerca de las interacciones personales que simplemente el intercambio de información, y eso tiene todo tipo de implicaciones hacia cómo estas reuniones deben ser gestionadas, qué programa se debe llevar a cabo y qué instalaciones serán necesarias.

EN DIRECTO

'Cooperación entre los organizadores de eventos'



Barbara Maple

Presidenta de AIPC

COMO UNA INDUSTRIA, nosotros tenemos en estos momentos una crisis de identidad por dos razones; primera, que hay muchas organizaciones diferentes involucradas y no hay un único líder y segundo, por lo que a menudo hemos sido confundidas con otros sectores como el Turismo. Aún así, organizaciones como el Consejo Conjunto de la Industria de Reuniones (JMIC) están trabajando ahora mismo para

animar a las diferentes partes de la industria a adoptar un nombre común (The Meeting Industry), y a mantener un agresivo programa de comunicaciones con el fin de que podamos elevar nuestro perfil en varias regiones a la vez. La mayor parte de las Asociaciones clave de la Industria están representadas en esta iniciativa, por lo que estamos muy motivados para conseguir que finalmente seamos capaces de 'trabajar en la misma dirección'.