

# CONAMEXO<sup>®</sup>

& INCENTIVO

NOVIEMBRE 2006  
NUMERO 98 / VIII AÑO

PERIÓDICO PARA LA ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS, CONVENCIONES Y VIAJES DE INCENTIVO

UNA PUBLICACIÓN  
DEL GRUPO **Nexo**

Noviembre 2006

✓ COLUMNA

## Compañeros e inversores

**E**N EL MUNDO, la mayor parte de los centros congresuales son propiedad de las Administraciones públicas. Pero éstas, cada vez más, parecen resultar ambiguos compañeros de negocios. A menudo se muestran dudosos de su papel en esta industria, unas veces porque desconocen sus expectativas y, otras, preguntándose por qué el sector privado no se hace cargo de esta actividad. Responder a esto es sencillo. Están ahí porque mientras que sí desean el beneficio económico que el centro brinda, la economía de la industria no anima a otros inversores diferentes a involucrarse en este área. Los centros de convenciones son los típicos "líderes de pérdidas" en el sentido de que, mientras que no generan beneficios, su presencia en la comunidad genera muchos otros beneficios económicos y no económicos que están dispersos a lo largo de toda la economía local. El problema está en cómo captar al-

gunos de estos beneficios para pagar las inversiones iniciales tanto en instalaciones como en los costes de las operaciones en curso. Los gobiernos son los únicos que pueden hacer esto mediante su capacidad para gravar los beneficios que se presentan. Pero existen otras razones. La gran cantidad de tiempo que se dedica a algunos eventos requiere una inversión paciente, en estos casos, estás empleando tu tiempo en un negocio que puede que no produzca beneficios en otros siete u ocho años y hay pocos negocios privados que puedan esperar tanto. Por otro lado, algunos de los beneficios que se crean no tienen un impacto financiero inmediato. Esto incluye aspectos como el papel de un centro en la promoción del comercio, las inversiones o el desarrollo profesional, cosas necesarias para la prosperidad de la comunidad. Así que existen muy buenas razones para invertir en este tipo de instalaciones y para apoyar el negocio de las convenciones en un largo plazo, dado el papel que el centro juega en la mejora de tantos aspectos de la vida en la comunidad en general y de los negocios en particular.



**Barbara Maple**

Presidenta de la AIPC