

ASOCIACIONES EN LATINOAMERICA

¿Game over o Renacimiento?

Por: Mariano Castex, Managing Director Latam Region, MCI Group

Desde marzo 2020, el sector de las convenciones, congresos y exposiciones entró en una parálisis total. Producto del Covid19, ninguna ciudad de la región se salvó. Al día de hoy llevamos más de 360 días sin encuentros presenciales y las asociaciones profesionales vieron en este parate una amenaza, que jamás se hubiesen imaginado. Era la tormenta perfecta. Nada de encuentros presenciales ni ingresos, pobre estructura de ahorros, deficiente generación de contenidos y ninguna estructura digital.

Todas, sin excepción, se plantearon la necesidad de repensar sus asociaciones o este cambio significaría para ellas un "game over". Los líderes y ejecutivos de las asociaciones enfrentan desafíos para mantenerse al día con el entorno volátil, disruptivo y rápidamente cambiante de hoy.

Aquellas que comenzaron a repensarse se encontraron con un desafío formidable: una parte importante de la percepción de valor de la membresía era la posibilidad de interactuar con pares durante los encuentros anuales y, en menor medida, los contenidos y otros conceptos. Después de todo, el aprendizaje en los adultos se suele aprender los unos de los otros.

Las asociaciones que pudieron seguir el camino del renacimiento lograron ver y entender que tarde o temprano los encuentros presenciales volverán, devolviéndonos esa sensación de alegría y respiro. Pero esta "normalidad" es efímera. Es un espejismo... Cuando los encuentros presenciales regresen, las asociaciones se deberán enfrentar a nuevos espacios donde lo virtual y lo presencial convivirán de manera conjunta.

Son muchos los que creen que los encuentros virtuales, cuando los presenciales vuelvan, dejarán de ser importantes para las asociaciones. Yo no lo creo. En las asociaciones conviven más de una generación y muchas de ellas son usuarios digitales. Para ellos los contenidos virtuales son y serán un parte importante del valor percibido.

Lo que el Covid 19 ha mostrado muy crudamente es que su modelo de negocio y el valor diferencial estaban en el encuentro presencial. Con la falta de lo presencial se han visto en un problema serio de desfinanciación y peleándose por definir su oferta de valor.



ASSOCIATIONS IN LATIN AMERICA

Game over or Renaissance?

By: Mariano Castex, Managing Director Latam Region, MCI Group

Since March 2020, the conventions, congresses and exhibitions sector entered a total paralysis. As a result of Covid-19, no city in the region was safe or saved. To date, we have been without face-to-face meetings for more than 360 days and the professional associations saw in this situation a threat that they could never have imagined. It was the perfect storm. No face-to-face meetings or income, poor savings arrangement, poor content generation and no digital structure.

All, without exception, needed to rethink their associations otherwise this change would mean "game over" for them. Association leaders and executives faced challenges to keep pace with today's volatile, disruptive and rapidly changing environment.

Those who began to rethink were faced with a formidable challenge: an important part of the perceived value of membership was the possibility of interacting with peers during the annual meetings and, to a lesser extent, the content and other concepts. After all, adult learning is often learnt from each other.

The associations that were able to follow the path of rebirth managed to see and understand that sooner or later face-to-face meetings would return, giving us back that feeling of joy and respite. But this "normality" is ephemeral. It's a mirage ... When the face-to-face meetings return, the associations will have to confront new spaces where the virtual and the face-to-face will coexist together.



There are many who believe that virtual meetings, when the face-to-face ones return, will cease to be important for the associations. I do not believe that. More than one generation coexists in the associations and many of them are digital users. For them, virtual content is, and will be, an important part of the perceived value.

What COVID-19 has, very crudely, shown is that its business model and differential value were in the face-to-face meeting. With the lack of face-to-face information, they have found themselves in a serious problem of underfunding and fighting to define their value offer.

Estoy convencido de que, de este tipo de tormentas, si uno sabe cómo reinventarse, sale fortalecido. Es clave para este proceso que los directorios de las asociaciones latinoamericanas aprovechen la amenaza del Covid 19, para encontrar esa oferta de valor para los miembros, para la industria relacionada e incluso para la comunidad, aquello que los diferenciará y los hará más fuertes en el nuevo escenario que se viene.

Hoy estamos trabajando con alguna de ellas para redescubrir el “para qué” de su existencia y lo interesante es ver cómo el Covid 19 solo ha sido el acelerador del problema y no el problema en sí mismo. Los modelos de ingresos están bajo presión mientras que las necesidades y expectativas de los miembros solo aumentan.

No nos quedemos cargando las culpas al Covid 19 de los que nos pasa. Si hoy estamos sufriendo y con mucho dolor, es, en gran parte, porque no supimos ver qué entienden como valor nuestras comunidades y no pudimos o no quisimos adaptarnos. Estamos a tiempo de este cambio; solo falta la decisión.

Este artículo fue proporcionado por la Asociación Internacional de Organizadores Profesionales de Congresos, autor: Mariano Castex, Managing Director Latam Region, MCI Group – www.mci-group.com

IAPCO representa hoy a 138 empresas integradas por más de 9900 organizadores profesionales de congresos, planificadores de reuniones y administradores de congresos, convenciones y eventos especiales internacionales y nacionales de 40 países.

Correo electrónico: martin@iapco.org - www.iapco.org

I am convinced that, from these types of storms, if you know how to reinvent yourself, you come out the stronger. It is key to this process that the boards of the Latin American associations take advantage of the threat of COVID-19, to find that offer of value for the members, for the related industry and even for the community, which will differentiate them and make them stronger in the new scenario to come.

Today we are working with some of them to rediscover the “why” of their existence and the interesting thing is to see how COVID-19 has only been the accelerator of the problem and not the problem itself. Income models are under pressure as member needs and expectations only increase.

Let us not keep blaming COVID-19 for what happens to us. If today we are suffering and in great pain, it is, to a large extent, because we did not know how to see what our communities understood as a value and we could not or did not want to adapt. We are in time for this change; only the decision is missing.

This article was provided by the International Association of Professional Congress Organisers, author Mariano Castex, Managing Director Latam Region, MCI-Group – www.mci-group.com

IAPCO represents today 138 companies comprised of over 9900 professional congress organisers, meeting planners and managers of international and national congresses, conventions and special events from 40 countries. Email: martin@iapco.org - www.iapco.org