

**Columna**



**Column**

**LA EDUCACIÓN EN LA INDUSTRIA  
ES UNA LECCIÓN EN SI MISMA!**

**INDUSTRY EDUCATION IS A  
LESSON IN ITSELF!**

**por Rod Cameron, Director Ejecutivo  
de AIPC y JMIC**

**by Rod Cameron, Executive Director  
AIPC and JMIC**



En los centros de convenciones –como en tantos otros sectores-, la educación es probablemente lo más importante que hacemos, y esa importancia nos mantiene en crecimiento. Existen tres razones para ello:

*In convention centres - as in so many other sectors today - education is probably the most important single thing we do, and that importance just keeps growing. There are three reasons for this;*

Primero, porque el conocimiento y el beneficio de la experiencia son quizás los más valiosos legados que podemos traspasar a aquellos que continuarán en la industria –y críticos a entregar un producto tan especializado que requiere muchas habilidades que no son transferibles directamente de otras áreas del trabajo. Con un estrecho mercado para el talento en varias partes del mundo, hoy los centros tienen que reclutar de

*First, because knowledge and the benefit of experience are perhaps the most valuable legacies we can pass on to those who will be following us into the industry – and critical to delivering a very specialized product that requires many skills that are not directly transferrable from other areas of employment. With a tight market for talent in many parts of the world today centres often have to recruit from other specialties*

otras especialidades y luego ofrecer el requerimiento adicional del conocimiento en el lugar. Y mientras la experiencia “en el trabajo” ofrecerá ventualmente mucho de lo necesario, el entrenamiento especializado es una forma de obtener nuevos reclutas prontos más rápidamente.

Pero en tiempos en que casi todo sobre el producto cambia muy rápidamente, la educación no es solamente una inversión a futuro –es también posible incluir la última información, visión y estrategias en acción inmediata. Hasta aquellos con mucha experiencia en el negocio, regularmente se encuentran enfrentando nuevos desafíos, como todo desde las necesidades de los clientes y métodos de negocios hasta la nueva tecnología y expectativas de los delegados de un cambio en lo que sería una base diaria del evento. Invariablemente, las mejores ideas vienen de otros en la industria que tienen desafíos similares, y los programas de capacitación son una forma efectiva de facilitar un intercambio de esa información y visión.

Finalmente, es sobre reputación –no solo entre los centros pero en la industria como un todo. ¿Por qué? Porque todos quieren y necesitan proyectar un alto grado de profesionalismo, y la educación es construir el tipo de competencias que nos permitirán hacerlo. Si queremos ser tomados en serio por otras disciplinas –incluyendo aquellas representadas por varios grupos de nuestros clientes, que son ellos mismos organización de profesionales-, necesitamos poder mostrar que en lo que respecta a nuestras sedes y servicios somos los expertos que pueden asesorar y ejecutar como ningún otro.

Lo que cambia es la entrega. Este es un producto de la tecnología y un tema de lo que hoy es posible y no lo era hace algunos años –pero también sobre el cambio de expectativas sobre cómo la información puede y debe ser comunicada. Aprendizaje en línea o remoto, por ejemplo, son muy atractivos ya que los estudiantes pueden marcar su propio paso y no

*and then provide the additional required knowledge on-site. And while “on the job” experience will eventually provide a lot of what’s required, specialized training is a way to get new recruits up to speed more quickly.*

*But in times when almost everything about the product is changing so quickly, education is not just an investment in the future – it’s also about right now, and being able to put the very latest information, insights and strategies into immediate action. Even those with lots of experience in the business regularly find themselves facing new challenges, as everything from client needs and business methods to new technology and delegate expectations of an event change on what seems to be a daily basis. Invariably, the best ideas for how to address these come from others in the industry who are having similar challenges, and educational programs are an effective way of facilitating an exchange of such information and insights.*

*Finally, it’s about reputation – not just within centres but for the industry as a whole. Why? Because we all want and need to project a high degree of professionalism, and education is all about building the kinds of competencies that will enable us to do that. If we want to be taken seriously by other disciplines – including those represented in many of our client groups, who are themselves organizations of professionals – we need to be able to show that when it comes to our facilities and services we are the experts that can advise and deliver like no one else.*

*What is changing is delivery. This is a product of technology and a matter of what is possible today that might not have been a few years ago - but it’s also about changing expectations around how information can and should be communicated by those on the receiving end. Online and remote learning, for example are very attractive in that they let students set their own pace and don’t*

requieren presencia real en una clase. Al mismo tiempo, permite a los participantes acceder a conferencistas y fuentes que sería difícil si no imposible de ofrecer a un grupo reducido.

Por otro lado, de alguna forma, el método de entrega es en sí mismo una parte de la clase, desde que refleja lo que conocemos sobre cómo reunir la información más efectivamente y demostrar los valores adicionales –desarrollo de redes, por ejemplo-, que refuerce el valor de los encuentros cara a cara, que es lo que vendemos en esta industria. Al final –como sucede generalmente con las reuniones remotas-, el acercamiento más efectivo sería una combinación de ambos, dependiendo del tipo de materiales que los cubra y la necesidad de interacción directa como un componente del proceso de aprendizaje.

La línea final: la educación en la industria es crítica y evoluciona rápido. El desafío para la industria no es solamente mantener el paso sino demostrar que somos quienes pueden aconsejar y apoyar mejor su uso, no solo para nosotros sino para todo aquel que ofrezca contenido al desarrollo de un centro de convenciones.

AIPC representa una red global de más de 185 centros líderes en 59 países con la participación activa de más de 900 profesionales de nivel gerencial en el mundo. Está dedicada a alentar y reconocer la excelencia en la dirección de centros de convenciones, basada en la experiencia de su representación internacional, y para hacerlo mantiene una variedad de programas de capacitación, investigación, redes de trabajo y estándares. AIPC también celebra y promueve el rol esencial de la industria internacional de reuniones apoyando el desarrollo económico, académico y profesional y destacando las relaciones globales entre diversos intereses de negocios y culturales.

**Por mayor información, favor contactar:**  
**marianne.de.raay@aipc.org**  
**o visite: [www.aipc.org](http://www.aipc.org)**

*require actual attendance in a central setting. At the same time, they enable participants to access speakers and resources that would be difficult if not impossible to bring together for a smaller group.*

*On the other hand, in a way, the method of delivery is in itself a part of the lesson, since it reflects on what we know about how to convey information most effectively and demonstrate the additional values – network development, for example – that reinforce the value of face to face encounters, which is what it is we're selling in this industry. In the end - as with remote meetings generally - the most effective approach will likely be a combination of both, depending on the kinds of materials to be covered and the need for direct interaction as a component of the learning process.*

*The bottom line: industry education is critical and evolving quickly. The challenge for the industry is not just to keep pace but to demonstrate that we are the ones who can best advise and support its use, not just for ourselves but for anyone delivering content in a convention centre setting.*

*AIPC represents a global network of over 185 leading centres in 59 countries with the active involvement of more than 900 management-level professionals worldwide. It is committed to encouraging and recognizing excellence in convention centre management, based on the diverse experience and expertise of its international representation, and maintains a variety of educational, research, networking and standards programs to achieve this. AIPC also celebrates and promotes the essential role of the international meetings industry in supporting economic, academic and professional development and enhancing global relations amongst highly diverse business and cultural interests.*

**For further information, please contact:**  
**marianne.de.raay@aipc.org**  
**or visit [www.aipc.org](http://www.aipc.org)**