
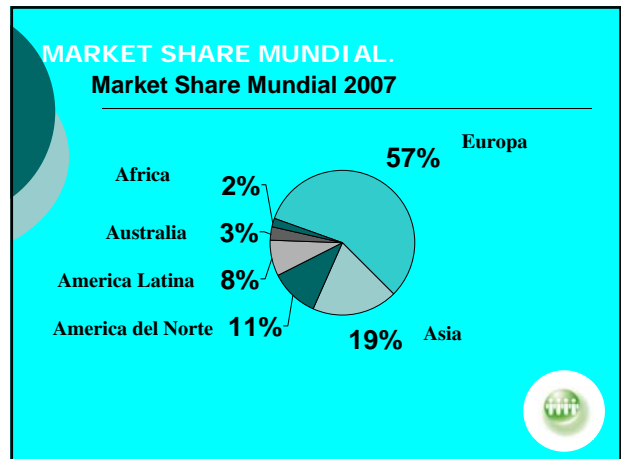


MICE Consulting



ESTRATEGIAS EXITOSAS PARA AMERICA LATINA.

Modelo Europeo




ESTADISTICAS COMPARATIVAS 1997- 2007

o Asia	5,3
o America Latina	1,7
o Europa	-2,6
o N.America	-2,6
o África	-1,1
o Australia	-0,8




Crecimientos como países individuales Europa 1997- 2007

o Austria	160%
o Grecia	100%
o Portugal	93%
o Suiza	90%
o España	80%
o Republica Checa	93%
o Polonia	105%
o Turquía	125%
o Latvia	100%
o Alemania	50%
o Irlanda	59%

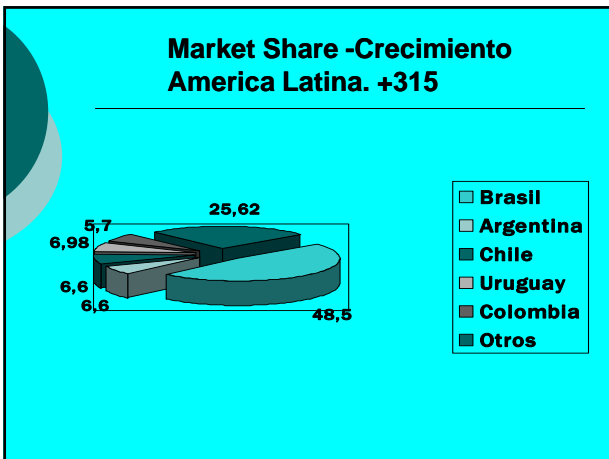


Crecimiento America Latina 1997-2007

o America Latina	+315
o Países 22 promedio.	

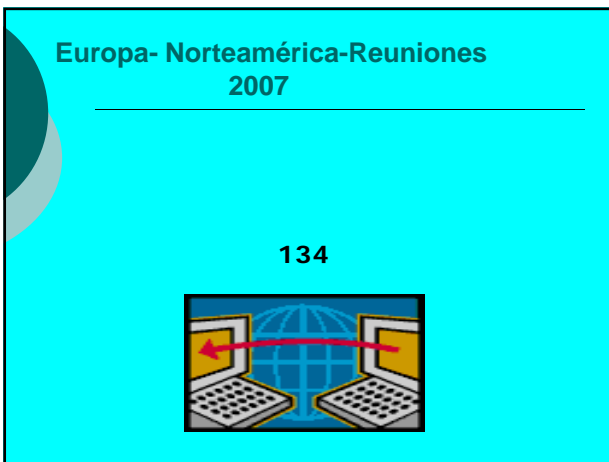






Crecimiento America Latina

1997		2007	
237		552	
○ Brasil	56	○ Brasil	209 273%
○ Chile	26	○ Chile	48 85%
○ Uruguay	13	○ Uruguay	34 162%
○ Colombia	16	○ Colombia	34 112%
○ Argentina	39	○ Argentina	60 54%
○ Cuba	11	○ Cuba	19 72%
○ Ecuador	6	○ Ecuador	20 233%



- ### Ciudades Europeas
- Viena
 - Paris
 - Barcelona
 - Budapest
 - Berlín
 - Lisboa
- Estocolmo Praga
- Ámsterdam
- Londres.
-

- ### Preguntas
- Que hicieron y hacen bien?
 - Cuales son sus fortalezas?
 - Que los diferencia del resto?
 - Que no hicimos y no hacemos nosotros?
 - Cuales son nuestras debilidades?
 - Como podemos mejorar?

Ranking **Marca** de Países (Brand)

- Empresa Futurebrand
- 4 años.
- **Marca de Países.**
- Marca de Ciudades.
- Marca de Regiones.

Ranking **Marca** de Países (Brand)



Brand o Marca país fuerte

- Comunica con poder.
- Atrae Inversiones
- Atrae reuniones.
- Fuente de diferenciación.
- Relaciona las diferentes ofertas del país.

Años y Madurez en el Negocio.

- Concepto de Convention Bureau.
- Manejo de Bases de datos.
- Desarrollo de Infraestructura.



Business oriented

- Trabajo intensivo de investigación.
- Gran conexión publico-privada.
- Inversión sostenida y planificada.



Accesibilidad muy buena.

- Red aérea formidable.
- Opciones de costos.
- Aeropuertos renovados.



**Estabilidad política y social
Políticas de estado.**

- Países sin sorpresas.
- Sanidad.

- Seguridad.

- Inversiones de ciudades sostenida.

Factor Humano

- RASGOS
- TEMPERAMENTO
- CARÁCTER
- PENSAMIENTO
- FORMA DE SER



- Síndrome del mañana.
- A nuestra forma y estilo.

Si QUEREMOS COMPETIR

**EN ESTE MERCADO.
DEL SIGLO 21**

**HAY QUE CAMBIAR
AUNQUE CAUSE DOLOR**

"Esta vida se puede vivir porque el dolor no se acumula"

(Borges)

**Tener un fuerte compromiso
con el negocio.**

- **La implementación es más importante que la formulación.**

TENER UN OBJETIVO CLARO Y COMPARTIDO



Piensen a Largo Plazo



PIENSEN FLEXIBLE



Utilicen las nuevas tecnologías



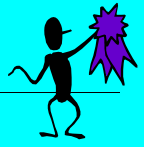
TERMINEN CON LA BUROCRACIA



RESPONDAN RÁPIDO



SEAN CREATIVOS



**¡SEAN LOS
PRIMEROS!**