

MOTIVACIÓN PRESENCIAL: UNA RECUPERACIÓN A DIFERENTES VELOCIDADES

Por **Eva López Alvarez**

El coronavirus no solo aterrizó al mundo entero, sino que frenó durante muchos meses, y aún está frenando en algunos destinos, las opciones de motivación y estímulo que las empresas tenían programadas con respecto a sus representantes y clientes.

Las recompensas en forma de viajes continuaron paralizadas a medida que se confirmaba la expansión del virus. El miedo al contagio, las limitaciones en cuanto a movimientos impuestas por los diferentes países, el cierre de otros y la cancelación de servicios de transporte y alojamiento, obligó a buscar otro tipo de incentivo. En un primer momento se optó por el bono de compras, algo que rápidamente se reveló muy poco estimulante para quien lo recibía. Sobre todo si se compara con la experiencia que supone un viaje.

La duración, mucho más de lo esperado, de la pandemia y sus consecuencias, obligó a reformular la motivación de los equipos a través del *teambuilding*. No solo no era posible hacerles salir de su lugar de trabajo y compartir el resultado de unos objetivos alcanzados, ni siquiera se podían reunir con otras personas aún procediendo de la misma ciudad. No era factible que conviviesen y experimentasen juntos momentos de desconexión. O de conexión.

Por eso, mientras se han estado produciendo, y se producen, los confinamientos, no solo se ha cuidado la motivación y el bienestar de la gente en su vertiente profesional, también en lo personal. Esto ha pasado por facilitar una buena conexión a Internet, contribuir a la mejora del espacio de trabajo en casa, y/u or-

ganizar actividades que también sirven para mejorar la salud mental, no solo de la persona vinculada a la entidad sino del resto de miembros del domicilio.

Rápida adaptación

La opción de estimular por otras vías se impuso, más rápidamente entre aquellos profesionales que tenían alguna experiencia al respecto. Todos recurrieron a la motivación *online* ya fuese en forma de formación, apoyo psicológico, juegos... o simplemente compartiendo impresiones en programas acompañados o no de elementos que el participante recibía en su domicilio. En todos los casos se intentó captar la atención del convocado, aportarle contenido interesante, divertirlo y hacerle olvidar por un rato las limitaciones de la situación.

Las actividades de *teambuilding* que debían realizarse de manera presencial se convirtieron en retos, risas y guiños... pantalla de por medio. Esto provocó un alcance que nunca se había planteado en muchas propuestas de cohesión de equipos, pudiendo integrar a delegaciones lejanas o crear grupos virtuales que no hubiesen podido darse en persona.

El sector coincide en afirmar que el *teambuilding online* no se mantendrá

Sin embargo, si bien el mayor alcance es uno de los beneficios que conlleva la integración de un formato digital en el segmento MICE, el sector coincide en afirmar que para todo lo referido a la motivación, el *online* no se mantendrá. Para los viajes de incentivo no hay alternativa digital. Para la construcción de equipos, nada como la auténtica convivencia. La cohesión se vive realmente en persona, la dimensión virtual solo ha sido un reemplazo temporal que se abandonará en cuanto sea posible.



No obstante, numerosos proveedores ligados a la motivación demostraron una capacidad de reacción admirable, así como la creatividad necesaria para conseguir sorprender. El hecho de amenizar reuniones *online* con aspectos más lúdicos podría mantenerse. El reto seguirá consistiendo en ofrecer algo diferente que atraiga la atención del espectador y fomente el sentimiento de pertenencia a una empresa o el vínculo emocional con una marca.

En cuanto se puede... se viaja

Los viajes de incentivo, si bien muy alejados de sus formatos habituales, fueron los primeros en volver a celebrarse. Muchas empresas optaron por dividir a sus grupos, aportando con ello una mayor personalización a cada programa, o reemplazar la recompensa en grupo por una escapada familiar. Son numerosas las compañías basadas en

Son el ritmo y eficacia de las vacunas los que define la recuperación de la I del MICE

países más avanzados sanitariamente en el control de la pandemia que ya están confirmando de nuevo programas de incentivo. Esto no impide que la incertidumbre siga imperando en un sector que espera hasta septiembre para conformar si la recuperación es un hecho consolidado.

Algo que resulta evidente, atendiendo a la situación de los diferentes países hispanohablantes, es que cuando se pueden organizar viajes, se organizan. Primero en corto radio, demostrando además con ello un compromiso económico hacia el país en el que se sitúa la empresa. Tras ello, las marcas se abren a los destinos que les ofrecen las mayores garantías sanitarias.

Por eso son el ritmo de vacunación y la eficacia de las vacunas quienes están marcando la recuperación de la I del MICE. Allí donde la mayoría de la

población está vacunada y no está habiendo repuntes en las hospitalizaciones, la actividad se está recuperando y con mucho ímpetu. Incluso con presupuestos ampliados que recuperan lo no que se invirtió el año pasado.

Tras meses de virtualidad la conclusión es clara: se seguirán

creando propuestas virtuales para congresos, convenciones, reuniones y eventos, pero todo lo que tiene que ver con la motivación, ya sea en forma de programa de *teambuilding* o viaje de incentivo, debe ser presencial para que sea realmente eficaz. Para lograr una implicación que genere una intención de compra y mejore las capacidades de cada participante, es necesario crear experiencias sociales. La pantalla amplía muchos horizontes, pero limita demasiado los de la motivación.



JOSÉ LUIS VÁZQUEZ

Director Comercial de BST Events (España)



“Los viajes de incentivo de 2022 se harán en gran mayoría por España por el compromiso de ayudar al país”

¿Cómo han cuidado las empresas la motivación de sus equipos durante la pandemia?
Ha habido de todo, hay quienes se han preocupado más por sus clientes y no han atendido bien a sus empleados, algo que nos parece grave porque su personal es su mayor tesoro, mientras que otras empresas sí han tenido en cuenta la necesidad de motivarles. En general tenemos la impresión de que las pymes han prestado más atención a la motivación de sus equipos que las multinacionales.

¿Cómo han evolucionado los programas de *teambuilding* y qué aspectos nacidos con el teletrabajo cree que se mantendrán?
Muy pronto nuestros clientes empezaron a organizar sesiones virtuales de *teambuilding*, pero creo que tras la pandemia no quedará nada de motivación ligado a estar delante de una pantalla. La gente está desmotivada, incluso trabajando en empresas saneadas, y demasiado cansada del entorno virtual. En cuanto a las reuniones, las empresas se han dado cuenta de que reunir a equipos de 10-15 comerciales durante cuatro días en un hotel puede ser reemplazable por una buena sesión virtual que dure tres horas y deje el resto del tiempo que se invertiría en presencial para vender. Creo que, si bien este tipo de formatos se van a mantener en virtual, aumentará el número de operaciones presenciales y con más asistentes.

En estos momentos en los que se amplían las posibilidades de organizar viajes de incentivo ¿se están haciendo, esperan hacerlos a corto plazo?
Las empresas españolas no dejaron completamente de hacer incentivos, si bien fueron muy pocos durante el último año, y ahora notamos que de nuevo hay interés por hacerlos y estamos de hecho inmersos en varias operaciones. A la hora de elegir destino, considero que para este año y 2022 se priorizará el destino España, no solo por una cuestión de tranquilidad para no arriesgarse al cierre de fronteras, sino por un compromiso de “ayuda al país”. Los participantes lo entenderán y lo agradecerán, ya que “incertidumbre” e “incentivo” son incompatibles.

¿Cómo han cuidado las empresas la motivación de sus equipos durante la pandemia?
En Chile aún estamos inmersos en un confinamiento*, por lo que las empresas siguen trabajando en la flexibilidad que permita a sus empleados estar más relajados en sus casas y contribuir a su salud mental. Principalmente se trata de entretenerles, de que se diviertan, y no solo ellos, también se están haciendo actividades virtuales destinadas a los jóvenes de la casa.

¿Cómo han evolucionado los programas de *teambuilding* y qué aspectos nacidos con el teletrabajo cree que se mantendrán?
En ferias, congresos, ruedas de negocios... los eventos híbridos se mantendrán porque ha quedado demostrado que pueden funcionar muy bien para alcanzar a más público. En lo que respecta al *teambuilding*, en cuanto podamos alejarnos de las pantallas, lo haremos. La gente necesita salir, disfrutar de estar al aire libre, en la naturaleza, compartir temas con los compañeros... salir del ámbito familiar en el que estamos, gestionando tareas profesionales y personales en un mismo entorno, desde hace ya mucho tiempo.

En estos momentos en los que se amplían las posibilidades de organizar viajes de incentivo ¿se están haciendo, esperan hacerlos a corto plazo?
En Latinoamérica aún no se está pudiendo recurrir a los viajes como recompensa. Espero que en nuestro verano, a partir del mes de noviembre, ya podamos empezar a mover grupos, primero a nivel local y a destinos cercanos considerados seguros. Los profesionales ya han integrado los tests y protocolos necesarios para desplazarse. Aunque hay que tener en cuenta el riesgo, no solo sanitario sino legal, que limita a muchas empresas y que también preocupa a muchos posibles participantes.

*Entrevista realizada el 15 de junio de 2021

PAULA MONGE

Directora Comercial Área Corporativa y MICE de Viajes El Corte Inglés México



“En Estados Unidos ya se organizan convenciones grandes por lo fácil que es vacunarse de forma masiva”

¿Cómo han cuidado las empresas la motivación de sus equipos durante la pandemia?
Han intentado realizar acciones que no se quedasen en algo aislado para que no se desvaneciese el efecto, han apostado por estar presentes, fomentando la implicación de cada empleado en la empresa, mostrándoles apoyo y dejando claro que, aunque no pudiesen establecerse contactos físicos, la empresa seguía estando ahí y el sentido del compañerismo se podía mantener. Nosotros hemos tenido la suerte de haber empezado a hacer sesiones de *teambuilding* virtuales antes de la pandemia, por lo que nos resultó fácil proponerles muy rápido a nuestros clientes alternativas digitales para motivar a sus equipos cuyos efectos positivos pronto pudieron comprobar.

¿Cómo han evolucionado los programas de *teambuilding* y qué aspectos nacidos con el teletrabajo cree que se mantendrán?
En un principio las empresas estaban muy perdidas. Por eso les fuimos proponiendo cronogramas que incluían distintos tipos de acciones, desde juegos a sesiones de formación divertidas que iban más allá del estar sentado y escuchar. Empezaron a elegir “píldoras de motivación” y, una vez que veían el resultado, ya empezaron a ver las posibilidades y variedad de propuestas que podían desarrollar con nosotros. En consecuencia, estamos convencidos de que lo virtual ha llegado para quedarse, pero será como complemento a lo presencial.

En estos momentos en los que se amplían las posibilidades de organizar viajes de incentivo ¿se están haciendo, esperan hacerlos a corto plazo?
Las empresas mexicanas están empezando a hacer cosas, de hecho nosotros ya hemos organizado operaciones de hasta 300 personas. Es posible garantizar toda la seguridad y tranquilidad. Tenemos muchos clientes cuyas matrices están en Estados Unidos y esto nos hace ver que la recuperación depende mucho de la situación de cada país. Como en Estados Unidos es muy accesible la vacuna de forma masiva, no tienen ningún problema en reunirse y viajar juntos, por lo que ya se están organizando convenciones grandes.

¿Cómo han cuidado las empresas la motivación de sus equipos durante la pandemia?
Buscando la manera de atraer su atención con propuestas cada vez más creativas y originales, aunque hemos llegado a un punto en el que ya no es suficiente y ya están haciendo lo posible por reunir a sus representantes y clientes y hacerles viajar.

¿Cómo han evolucionado los programas de *teambuilding* y qué aspectos nacidos con el teletrabajo cree que se mantendrán?
En un principio se centraron más en formaciones *online* y pronto se dieron cuenta de que había que añadir elementos motivacionales para captar la atención. Por eso empezamos a desarrollar juegos, comidas y cenas en casa, actividades para las que cada participante recibía en su domicilio los elementos necesarios... nuestro departamento de Experiencias ha debido demostrar más que nunca su capacidad creativa. En relación a los incentivos, en cuanto se pudieron ofrecer recompensas a nivel individual, se hizo, sin esperar a poder hacerlas en grupo. Considero que la virtualidad para temas motivacionales no se mantendrá, la gente está cansada y quiere relacionarse. En cuanto a las formaciones, se seguirán haciendo eventos híbridos.

En estos momentos en los que se amplían las posibilidades de organizar viajes de incentivo ¿se están haciendo, esperan hacerlos a corto plazo?
Las empresas españolas ya se están atreviendo a organizar viajes de incentivo y las perspectivas para el segundo semestre son muy buenas. Ya hemos organizado programas a nivel nacional y la demanda es muy fuerte para las Islas Baleares y Canarias. También hacia el extranjero, a destinos considerados seguros como Dubái. Además de las garantías que ofrece el hecho de que toda su población esté vacunada, está el atractivo de la Expo.

VERÓNICA TABARES
Directora de Incentivos de Nuba Empresas (España)



“Lo virtual para temas motivacionales no continuará”

FERNANDO LALAGUNA

CEO de Premium Incentives (España)



“Hay empresas que disponen del presupuesto no utilizado en 2020 por lo que pueden hacer doble acción de incentivo”

¿Cómo han cuidado las empresas la motivación de sus equipos durante la pandemia?
Ante las limitaciones de desplazamiento no solo se ha optado por mantener a la gente conectada virtualmente a través de eventos, *webinars*, reuniones, cursos... *online*, también mejorando el entorno de la persona para trabajar en casa, aportándole desde mobiliario adecuado a una buena conexión a Internet. Algún evento también se ha podido hacer, la prueba es que nosotros en enero reunimos a 120 personas en Madrid, con 200 en virtual, en un momento en el que las cosas seguían siendo complicadas.

¿Cómo han evolucionado los programas de *teambuilding* y qué aspectos nacidos con el teletrabajo cree que se mantendrán?
Los *webinars* se fueron enriqueciendo con actividades del tipo de catas de vino, de cerveza... que el asistente recibía en su casa. Incluso hemos contratado a un mago para que desde nuestras oficinas sorprendiese a los asistentes en una operación que tuvo mucho éxito. No creo que vaya a desaparecer del todo el factor virtual, sobre todo en los eventos, si bien creo que quedará como algo complementario a lo presencial.

En estos momentos en los que se amplían las posibilidades de organizar viajes de incentivo ¿se están haciendo, esperan hacerlos a corto plazo?
Sí, las empresas no solo están recuperando operaciones canceladas en 2020 sino que algunas disponen del presupuesto que no se utilizó y pueden este año plantear doble acción de incentivo. Se está apostando por el corto radio, también en un intento de apoyar económicamente a España, aunque también se están ya estudiando opciones a dos o tres horas de avión dentro de Europa. Los destinos lejanos en América, Asia y África no se recuperarán tan pronto ya que preocupa la gestión de cualquier eventualidad ligada a la pandemia. No hay que olvidar que, si bien hay muchas ganas de viajar, no es lo mismo una decisión que afecta únicamente de manera personal: las empresas no quieren correr riesgos.

¿Cómo han cuidado las empresas la motivación de sus equipos durante la pandemia?
Muchas empresas se vieron obligadas a implementar el teletrabajo de forma inesperada, por lo que trabajar desde nuestros hogares fue un gran desafío tanto para las empresas como para los líderes y colaboradores de cada compañía. Para lidiar con la falta de contacto personal, desmotivación y pérdida de identidad con la empresa, los departamentos de Recursos Humanos han tenido que trabajar muy duro para devolver el espíritu de equipo y pertenencia a niveles pre-pandemia, implementando acciones y medidas que se apoyaron en pilares tales como recrear en casa del colaborador un espacio cómodo y armonioso en el que trabajar de manera cómoda y segura. También fue muy importante mantener una comunicación diaria, fluida y transversal; premiar la creatividad animando a los equipos a proponer iniciativas, evidenciando la importancia de su función en la compañía, así como respetar el descanso y la vida personal.

¿Cómo han evolucionado los programas de *teambuilding* y qué aspectos nacidos con el teletrabajo cree que se mantendrán?
La presencialidad y el contacto interpersonal son mucho más fuertes que la virtualidad y creo que finalizada la pandemia a nivel global, muchos de los hábitos que hemos incorporado serán eclipsados por los que teníamos hasta marzo de 2020.

En estos momentos en los que se amplían las posibilidades de organizar viajes de incentivo ¿se están haciendo, esperan hacerlos a corto plazo?
El panorama que se vislumbra es muy alentador. La vacuna está logrando que muchos países ya hayan abierto sus fronteras y que el turismo vuelva a niveles pre-pandémicos. La gran mayoría de los indicadores muestran una reactivación a partir del 2022, alcanzando un pico en 2023.

WALTER IVITZ

Director y fundador de PWI Events (Argentina)



“Fue muy importante respetar el descanso y la vida personal de los equipos”

safe city break in Brussels



¿Visitar Bruselas de forma totalmente segura? ¡Esto es posible gracias a Brussels Health Safety Label!

¿Los rayos del sol le dan ganas de hacer una escapada urbana? ¡Visite Bruselas lo antes posible! La capital no ha escatimado esfuerzos para hacer que su estancia sea tranquila.

Muchos lugares turísticos de la capital poseen Brussels Health Safety Label*, una etiqueta de seguridad sanitaria. Esta etiqueta certifica que los establecimientos y su personal cumplen con las medidas gubernamentales vigentes. De este modo, los visitantes tienen la seguridad de (re)descubrir Bruselas y sus tesoros con toda serenidad en la capital belga.

Entonces, ¿qué está esperando? Descubra ahora nuestra escapada de 48 horas para descubrir Bruselas y algunos de los lugares turísticos etiquetados*.

DÍA 1

Conozca en detalles la historia de Bruselas

¿Le apasiona la historia o simplemente tiene curiosidad? Bruselas le revela sus secretos en el Museo de la Ciudad de Bruselas (Maison du Roi) ubicado en la Grand-Place en un magnífico edificio neogótico. Allí se exponen las mil facetas de la capital a lo largo de los siglos. Otro destino imprescindible es el Palacio de Coudenberg donde puede visitar los vestigios del palacio de Carlos V. Una perla arqueológica que da testimonio del prestigioso pasado de la capital. Sin olvidar el increíble Museo de Arte e Historia que, por sí solo, le permite explorar todos los continentes desde la prehistoria hasta el siglo XX.

Camine por los verdes callejones de los parques de Bruselas

Uno de los aspectos más destacados de la capital es sin duda la cantidad de espacios verdes. Obviamente, hay el Bois de la Cambre, el verdadero pulmón verde de Bruselas, y el Parque de Bruselas ubicado frente al Palacio Real. Sin embargo, Bruselas también tiene muchos parques más secretos como el Jardín Jean-Felix Hap en Etterbeek, el Parque Tenbosch en Ixelles e incluso el Parque de Egmont en Bruselas. Muchos otros parques y jardines abundan en la región, ofreciendo verdaderas burbujitas de paz en el corazón de la capital europea.

Hospédese en uno de los muchos hoteles etiquetados*

En el momento de redactar este informe, más de 40 hoteles de Bruselas han sido certificados con la etiqueta*. ¿Qué significa eso? Eso significa que cumplen con las medidas de higiene vigentes y han adaptado su servicio a fin de asegurar su seguridad. Incluso se han desarrollado ofertas inauditas: comidas de alto nivel en el servicio de habitaciones, acceso privado al gimnasio, desayuno en la habitación, etc. La calidad de la recepción está, como siempre, al más alto nivel.



DÍA 2

Liénesse de cultura contemporánea

La cultura nunca ha dejado de bullir en Bruselas. Las colecciones permanentes aún no han terminado de desvelar sus secretos y las exposiciones temporales de primavera también merecen una visita. Visite, por ejemplo, la CENTRALE for contemporary art y su exposición de artistas contemporáneos de Bruselas. BOZAR le ofrece incluso una magnífica retrospectiva de Roger Raveel, uno de los pintores belgas más importantes de la segunda mitad del siglo XX. Y, por último, un salto rápido al Musée Art & Marges le permitirá descubrir la nueva exposición temporal «Canción de amor!».

Pasee por las perlas del Art Nouveau

Con cerca de 500 edificios al estilo Art Nouveau, Bruselas ofrece muchas posibilidades para descubrir este estilo arquitectónico y artístico. Varias excursiones le permiten explorar, con o sin la presencia de un guía, varios barrios en búsqueda de las innumerables fachadas Art Nouveau reconocibles. Se pueden visitar algunas mansiones, por lo que no dude en averiguar y reservar.

*Encuentre la lista completa de establecimientos etiquetados en el sitio web de la oficina de turismo:

visit.brussels
www.visit.brussels

