

LAS AGENCIAS YA NO TEMEN AL COVID (SINO AL IMPACTO DE LOS PRECIOS Y LA FALTA DE PERSONAL)

Por **Eva López Álvarez**

Hemos pasado de considerar a la pandemia como primer condicionante de la recuperación de la industria MICE, a hablar de los precios y la falta de personal como frenos a una actividad de nuevo en marcha e incuestionable en el momento de cerrar esta edición. En todo el mundo se percibe el impacto de la situación económica y geopolítica mundial de la misma manera: en presupuestos con aumentos que rondan el 25%.

Sin embargo, los clientes acostumbrados a los precios de marzo de 2020 pretenden mantener las inversiones que quedaron pendientes. Hace falta tiempo para que muchas empresas asimilen que esas tarifas han quedado atrás y seguramente no volverán.

A esto se suma otro factor con el que el sector no contaba: la falta de personal que hace que muchos servicios se estén degradando. Y esto, en un contexto de explosión de una demanda ansiosa de recuperar el tiempo perdido. La recuperación es un hecho, pero la fragilidad de la misma es algo que está

en el ambiente. Todo parece indicar que, si ninguna obligación de parar lo evita, en este 2022 se pasará de empezar en enero con cancelaciones como consecuencia de ómicron, a terminar el año con eventos que no se pueden realizar, pero porque no hay espacio o personal para llevarlos a cabo.

El 2022 empezó con cancelaciones y puede terminar sin espacio para toda la demanda

Los viajes de incentivo de larga distancia siguen siendo los más afectados, si bien las empresas latinoamericanas están perdiendo el miedo a los grandes viajes antes que las europeas. Las ventajas de adquirir servicios de calidad en destinos exóticos a buen precio quedan relegadas tras los costes de los billetes aéreos, cuyo aumento se espera que no cese en lo que queda de año.

El peso del MICE en la necesaria desestacionalización de la industria turística es innegable, aunque en un contexto en el que los viajes vacacionales se encuentran en su punto más álgido, cada vez hay menos temporadas bajas y, por ende, las posibilidades de negociación son más reducidas.

La voz de la agencia

FRANCISCO TRISAC

Director de La Compañía General de Eventos (España)



“La crisis energética ha incrementado todos los costes, por eso apostamos por la desestacionalización”

¿Qué tipo de operaciones se están recuperando más rápidamente?

Los primeros eventos en recuperarse de forma presencial han sido en gran medida aquellos que se habían formalizado con depósitos y con la llegada de la pandemia tuvieron que posponerse. Dentro de estos, los congresos son los primeros que se han recuperado por la necesidad de comunicar avances y novedades desarrolladas en estos dos años. Les han seguido las convenciones de ventas porque, aunque el teletrabajo ha venido para quedarse, las empresas necesitan volver a marcar objetivos y nuevas políticas comerciales. Y los equipos necesitan volver a verse.

¿Qué destinos están siendo más demandados?

Sin lugar a dudas Asia es el continente más perjudicado en cuanto a viajes de incentivo. La pandemia nos ha enseñado toda la riqueza que ofrece España y para muchas empresas ha sido una opción que ha cumplido con creces sus expectativas. También están funcionando bien aquellos destinos que han sufrido menos los estragos de la pandemia y en los que las actividades se desarrollan sobre todo al aire libre, como Caribe, Islas Maldivas o los safaris en África.

¿Qué está condicionando la recuperación?

La crisis energética ha incrementado todos los costes, desde los billetes de avión a las pernottaciones en los hoteles, restauración o traslados en autocar. Y se suma la debilidad actual del euro respecto a otras monedas. Nosotros apostamos por la desestacionalización en los eventos en función del destino, ya que con esto conseguimos reducir costes, poder disfrutar de lugares menos saturados, generar un mayor impacto positivo en ellos y recuperar cierto sentimiento de exclusividad que se pierde en las altas temporadas, cuando los destinos están más masificados. Los pronósticos económicos a nivel nacional, la crisis energética, la apertura de China y la guerra en Ucrania van a marcar en los próximos meses la evolución de la recuperación.

IVAN DE LA CABADA

Director Meeting Planner de IFAHTO (México)



“Al cliente le urge hacer eventos, pero quiere trasladar a 2022 los precios de 2019”

¿Qué tipo de operaciones se están recuperando más rápidamente?

En México nunca paramos, durante la pandemia no se dejaron de hacer operaciones presenciales, con reuniones y pequeños incentivos dentro del país. Pero desde septiembre y octubre percibimos un “efecto champán”: todo el mundo quiere hacer eventos y a todas las empresas les urge hacerlos. Empezamos con las cenas de fin de año y *kick offs*, y ahora ya notamos que las convenciones vuelven con fuerza. Los incentivos, que hasta ahora no se confirmaban, por fin se están cerrando. Los presupuestos por participante se han mantenido y el cliente quiere trasladar a 2022 los precios de 2019.

¿Qué destinos están siendo más demandados?

Las ciudades cercanas a Ciudad de México, menos demandadas antes de la pandemia, fueron descubiertas para los incentivos durante los meses de menor actividad, con destinos como San Miguel de Allende, Cuernavaca o Querétaro. Ahora Cancún, Los Cabos y Puerto Vallarta vuelven a ser básicos. Esperábamos que los incentivos se centrarían en Estados Unidos y Sudamérica, pero nos damos cuenta de que nuestros clientes han perdido el miedo y nos están pidiendo mucho Europa, especialmente España, Portugal y Croacia. También hemos visto que el cliente está aprovechando al máximo el momento y el poder hacer de nuevo incentivos, planteándonos operaciones en meses como agosto, antes impensables. Esto nos lleva a tener varios eventos para un mismo destino en las mismas fechas.

¿Qué está condicionando la recuperación?

Los proveedores están tardando mucho en cotizar y en ocasiones el servicio se ha resentido. Si antes había un camarero por cada mesa de diez comensales, ahora se encargan de veinte, lo que nos está obligando a tener que introducir cláusulas que nos protejan para que se respeten ciertos mínimos. Los presupuestos de 2019 ya no se pueden mantener, por lo que el cliente tiene que renunciar a veces a una determinada gama porque su inversión no alcanza.

LAURA OVIEDO

Directora de Meetings & Events en Consolid Global Travel Solutions (Argentina)



“Nos asusta la situación de algunos proveedores a los que les falta personal”

¿Qué tipo de operaciones se están recuperando más rápidamente?

Se están recuperando principalmente los viajes de incentivo con trayectos de menos de tres horas. Las convenciones de ventas de las empresas de Argentina se siguen haciendo aún dentro de las propias fronteras, por lo que los esfuerzos se están centrando en la fidelización de clientes. En cuanto a presupuestos, se está invirtiendo mucho más por participante y el motivo es que se apuesta claramente por incentivar a los clientes y también hay más margen de negociación con los proveedores.

¿Qué destinos están siendo más demandados?

Brasil y Uruguay, por la cercanía, son los destinos más demandados y con los que es más fácil realizar transferencias financieras. Percibimos que muchas horas de vuelo desaniman a los participantes.

¿Qué está condicionando la recuperación?

Además de los trayectos largos y la propia situación económica de Argentina, que dificulta el poder trabajar con determinados países, creo que la mayor secuela que ha quedado tras la pandemia es el miedo. Y no solo al coronavirus, también a la guerra. Tras la pandemia, el mercado quedó muy vapuleado y los proveedores han perdido mucho personal. De hecho, muchos se encuentran formando a gente en estos momentos y esto nos perjudica en los incentivos, ya que no siempre se ofrece el servicio que uno conocía antes de la pandemia. A veces percibimos que el sector “empieza de cero” y esto nos asusta, porque hay algunos proveedores de confianza que no están en las mismas condiciones que antes. También hay receptivos que han dejado de operar. No obstante, es la ocasión para abrirse más a nuevos profesionales que llegan con visiones más abiertas, tecnologías más avanzadas y menos encorsetados en las formas.

¿Qué tipo de operaciones se están recuperando más rápidamente?

El corporativo aún se muestra preocupado por el cuidado de sus viajeros y hay temas de seguros y responsabilidad que lleva a hacer operaciones más locales, las internacionales aún no se están haciendo. No obstante, el segmento de ferias ya abrió el camino, seguido de la reunión empresarial y los congresos. Sin olvidar que hubo un agotamiento de lo virtual que ya de por sí empuja la recuperación. El incentivo vive una realidad propia: si bien se vislumbran grupos más grandes, de momento lo que se está haciendo es incentivar en muy pequeñas burbujas. Nosotros optamos por crear el Professional Travelling Together: un incentivo que no les da nadie, sino que responde a sus ganas de salir en un momento en el que no quieren hacerlo solos.

¿Qué destinos están siendo más demandados?

Las empresas están buscando destinos que les permitan hacer cosas a cielo abierto y no tradicionales, es decir, no quieren grandes ciudades con mucha gente sino, por ejemplo en España, destinos como Sevilla o Córdoba. Siempre está el cliente que quiere Madrid, París, Nueva York o Los Ángeles, pero percibimos que hay mucho interés por zonas, incluso en estas grandes ciudades, no tan frecuentados.

¿Qué está condicionando la recuperación?

Las acciones sin sentido, aquellas que se llevan a cabo sin estar bien informados, por eso es necesario que las empresas sepan cómo están funcionando las cosas y haya sinceridad sobre la situación epidemiológica. Además, volver a los eventos cuesta ahora entre un 20 y un 25% más caro que en 2019. Y las perspectivas hasta mediados del 2023 es que los precios sigan subiendo, por lo que tenemos que ser muy efectivos a la hora de planificar los eventos. El cliente hace una lista de deseos, pero si queremos ser eficaces con precios competitivos hay que planificar con más cuidado que nunca.

WALTER MÉNDEZ

Director General de ATP Meetings (Costa Rica)



“Hemos creado viajes de incentivo pagados por los profesionales que no quieren viajar solos”

BERENICE ROSAS

Coordinadora de Eventos Senior en Tanger Inc (México)



“La principal secuela de la pandemia es que se valora más asistir a eventos y conectar de manera presencial”

¿Qué tipo de operaciones se están recuperando más rápidamente?

Nuestros clientes están invitando a sus clientes a participar en eventos que se están dando principalmente en Ciudad de México y alrededores, aunque está aumentando la demanda hacia fuera del país, concentrándose en Latinoamérica. Si bien hay presupuesto, se están cuidando mucho y no hay “carta abierta” para gastar. Aumenta un poquito el gasto por participante, aunque sea porque aún se están integrando aspectos sanitarios que encarece el gasto o la ocupación sencilla de habitaciones que antes se reservaban para uso doble. Si para que el participante se sienta seguro hace falta más gasto, se gasta, pero con mucho control.

¿Qué destinos están siendo más demandados?

Están buscando lugares que en los que sea posible vivir experiencias inolvidables, consolidando algo que ya se estaba reforzando antes de la pandemia. Se están abandonando los destinos que solo se ofrecen como espacios para cenas o eventos, y los que antes eran muy demandados siguen siendo solicitados siempre y cuando ofrezcan nuevos lugares. Pero, sobre todo, siempre y cuando en ellos se puedan vivir cosas únicas. También están funcionando las instalaciones nuevas porque el cliente quiere generar la impresión de estar ofreciendo lo más actual. Por sorpresa nos están pidiendo mucho Costa Rica, por ser referencia de sostenibilidad y responsabilidad medioambiental.

¿Qué está condicionando la recuperación?

Hay empresas que aún no están apostando por los eventos presenciales y sigue habiendo quien teme a la incertidumbre, pero la realidad es que la mayoría de nuestros clientes ya tiene claro que es importante reconectar y encontrarse de nuevo. Falta poco para que la recuperación sea completa y creo que la principal secuela es que se valora aún más el poder asistir a un evento y conectar de manera física.

BEATRIZ RÍOS

Directora en Viajes Andrómeda (España)



“El cliente se ha quedado en un precio, el de 2019, que ya no existe”

¿Qué tipo de operaciones se están recuperando más rápidamente?

Tanto convenciones, como presentaciones de producto y viajes de incentivo, que forman el grueso de nuestro negocio, junto a pequeñas reuniones y eventos particulares, se están moviendo mucho. Hay una explosión de ganas y presupuesto y las empresas están queriendo aprovechar estos meses desde abril, y el segundo cuatrimestre del año, para realizar sus acciones. Sin embargo, el cliente se ha quedado en los precios de 2019, cuando nosotros tenemos un aumento en los precios de todo que nos hace incrementar las cotizaciones en torno a un 30%. Hay aún un 25% de los hoteles en las grandes ciudades españolas que no están operando y esto está repercutiendo también en las tarifas.

¿Qué destinos están siendo más demandados?

Hasta principios de 2022 sí es cierto que muchas empresas prefirieron quedarse en España, pero ahora están saliendo. Pero no se está recuperando la larga distancia, aunque ya estén abiertos destinos como Camboya o Tailandia. Lo que se está demandando es la media distancia hacia destinos como Dubái o Egipto.

¿Qué está condicionando la recuperación?

Hay clientes a quienes les está desmotivando el incremento de precios porque les parece caro lo que les proponemos, pero considero que quien nos compra también necesita un tiempo para acomodarse a las nuevas tarifas y darse cuenta de que los precios de 2019 ya no existen. Las previsiones apuntan a que el aumento se mantendrá ya que la demanda es muy fuerte en relación a la demanda. Pero lo que más está condicionando es el miedo generado por la situación económica y el alarmismo que pueden transmitir los medios. Esto está cuestionando muchas decisiones. Los presupuestos están, pero las empresas son cautelosas ya que, si el consumo se resiente, dejan de ofrecer incentivos a sus clientes para pasar a proponerles descuentos o rebajas.

GABRIELA KOSTIK

Consultor aéreo y administrador de grupos en Biblos Travel (Argentina)



“La asistencia a los congresos médicos internacionales explotó cuando se eliminaron las restricciones”

¿Qué tipo de operaciones se están recuperando más rápidamente?

Lo que primero retomó fueron los congresos médicos, la asistencia literalmente “explotó” en cuanto se eliminaron las restricciones. Sin embargo, esto supuso para nosotros una complicación añadida ya que había que comprobar qué vacuna tenían los viajeros, que en muchos casos por las que se aplicaron en Argentina, no eran permitidas por los países a los que viajaban. Una vez superado esto, los laboratorios, que son nuestros principales clientes, siguen apostando principalmente por enviar a los médicos a los congresos internacionales. Tenemos la sensación de que se está gastando más, porque están saliendo grupos prácticamente todos los días.

¿Qué destinos están siendo más demandados?

Estados Unidos y Europa son los principales destinos de congresos de los laboratorios con los que trabajamos. En concreto, en Estados Unidos son Chicago, Nueva Orleans, la Costa Oeste y Miami los destinos más solicitados, con Chicago a la cabeza. En Europa, París, Viena, Estocolmo y Barcelona se llevan la palma. Para los viajes de incentivo, el Caribe siempre fue y sigue siendo muy atractivo, igual que Europa.

¿Qué está condicionando la recuperación?

Las conexiones aéreas desde Argentina no se han recuperado, no hay las frecuencias que había antes de la pandemia. Algo que también está afectando a nuestro mercado es que algunos vuelos directos han pasado a ser con escala y esto de momento no ha cambiado. Las aerolíneas también nos transmiten que no disponen ni de los aviones ni del personal suficiente para retomar al ritmo que les gustaría. En consecuencia, notamos que el incremento de precios está siendo una realidad que hace que algunas empresas duden en ampliar cupos ya cerrados porque las tarifas han cambiado mucho entre las primeras reservas y las últimas. Por último, no considero que haya miedo sino todo lo contrario: cuando se puede, se viaja.

¿Qué tipo de operaciones se están recuperando más rápidamente?

A medida que los países fueron eliminando restricciones notamos un fuerte incremento de solicitudes de carácter internacional: recuperar de nuevo el pulso comercial motivando a clientes y colaboradores a través de viajes de incentivo está siendo una de las opciones más utilizada por nuestros clientes.

¿Qué destinos están siendo más demandados?

Cancún/Riviera Maya en México; Nueva York y Miami en Estados Unidos están siendo los destinos más solicitados, tanto para convenciones como para incentivos. Ambos países han aplicado políticas menos restrictivas en cuanto a la entrada de visitantes, y a eso le sumamos una excelente gestión de los proveedores en cuanto a la protección sanitaria. Otros destinos también se están recuperando bien, como Cartagena de Indias (Colombia), Ciudad de México, Bogotá y Santiago de Chile. Responden perfectamente a las expectativas de los que aún no quieren incluir muchos kilómetros en sus programas.

¿Qué está condicionando la recuperación?

Más allá del temor a nuevos cierres o rebotes del coronavirus, es la falta de manos especializadas en el sector. La salida de personal cualificado a otros sectores durante la pandemia está provocando que en ocasiones viajar sea algo más complicado de lo habitual. Todos los días asistimos a cancelaciones de vuelos por falta de personal de tierra, *handling* o pilotos; hoteles que no tienen disponibilidad para grandes grupos por no disponer de suficientes manos en sus restaurantes, personal de piso y recepción; o incluso falta de vehículos para trasladar a las personas de un lugar a otro. Volver a recuperar la estabilidad laboral tiene que ser una prioridad para las empresas que formamos parte del turismo y de los gobiernos que nos rigen. Vamos a necesitar mucha gente en nuestro sector en los próximos años.

FRANCISCO GONZÁLEZ

Director comercial del área corporativa América en Viajes El Corte Inglés (Panamá)



“La falta de personal está provocando que viajar sea más complicado de lo habitual”

ALEJANDRO RAMÍREZ

CEO de BTC Americas (México)



“Hemos podido recuperar la misma cantidad de colaboradores, pero con competencias diferentes”

¿Qué tipo de operaciones se están recuperando más rápidamente?

Depende del sector: las empresas empezaron primero por lo que el sector corporativo y de incentivos se sitúa ya en un 70% de su recuperación. Si nos referimos a las ferias y el sector congresual, estamos estimando el regreso a la actividad anterior a la pandemia en un 60%. Esto en cuanto a número de eventos, no en cuanto a número de personas ni a negocio derivado. A este respecto estamos más abajo, ya que en el corporativo registramos una recuperación del negocio del 50% en el primer semestre, aunque confiamos en cerrar el año con un 80%, gracias a los aportes que genera el entorno digital. En cuanto al personal, ya hemos podido recuperar la misma cantidad de colaboradores, aunque no con las mismas habilidades. Estamos contratando más gente dedicada a crear contenido, conocedores del entorno multimedia y capaces de desarrollar más creatividad.

¿Qué destinos están siendo más demandados?

Están funcionando bien los destinos que cumplieron con una serie de requisitos durante la pandemia, como por ejemplo las playas mexicanas, donde nunca se cerró, se cuidó que el personal estuviese vacunado y que se respetasen los criterios de salud. Por eso ahora siguen teniendo mucha demanda. República Dominicana también está funcionando muy bien, también porque actuaron muy bien durante la pandemia. Otros se fueron quedando atrás porque eran menos accesibles o aplicaban más restricciones, y ahora se han quedado rezagados en la recuperación.

¿Qué está condicionando la recuperación?

La realidad que estamos viviendo es la que está condicionando la recuperación. El porcentaje de gasto ha descendido, durante la pandemia aprendimos que el ahorro era una necesidad que probablemente la inercia nos había llevado a no revisar, pero hoy entendemos que hay muchas cosas en las que hay que ahorrar o se pueden aplicar procesos diferentes. Antes una empresa dedicaba un incentivo a sus 500 mejores comerciales, cuando ahora, con objetivos de venta mayores, ya no son tantos los premiados y muchos quedan como asistentes a sesiones virtuales. Las modalidades de gasto están cambiando, por eso no estamos volviendo a la inversión de 2019. Tenemos más eventos, pero son más fragmentados y más pequeños. Con esto calculamos que la inversión se ha reducido en un 20%, tanto en inversión como en asistencia. No hay que olvidar de todos modos que el mercado digital viene a completar la parte perdida de la presencialidad.

