

MILENIO®

Los viajes de negocios se han visto afectados por la pandemia

FT Mercados

La industria de viajes de negocios perdió cerca de 710,000 millones de dólares por la pandemia. ¿Regresará la lealtad de esos viajeros tras la crisis?

ALICE HANCOCK Y PHILIP GEORGIADIS

/ 01.02.2021 09:07:56

Ian Woodroffe ha realizado un viaje de negocios “probablemente cada semana” por más de 20 años. Los viajes eran siempre de clase ejecutiva y tenía dos o tres tarjetas de lealtad para aerolíneas y hoteles. Pero como el covid-19 se propagó rápidamente el año pasado, Woodroffe se quedó en tierra.

Es un alto ejecutivo de la empresa estadounidense Cubic, cuya oficina de San Diego se cerró de inmediato y se cancelaron todos los viajes. “No he viajado desde marzo”, dice. Tampoco lo han hecho millones de viajeros de negocios más, algo que provocó una pérdida de ingresos de 710,000 millones de dólares (mdd) para la industria.

La pregunta ahora es si esos viajeros regresarán una vez que termine la pandemia. Cubic alcanzó sus objetivos anuales el año pasado gracias a un uso saludable de la plataforma Zoom. “Se pueden hacer muchos negocios sin tener que reunirse con los clientes frente a frente”, dice Woodroffe, y agrega que una vez que termine la pandemia, planea no viajar tanto.

Aunque muchos en la industria turística predican una sólida recuperación en los viajes de esparcimiento una vez que las fronteras puedan reabrirse, los viajes de negocios, que generan hasta 75% de los ingresos de las aerolíneas en algunos vuelos internacionales, según PwC, se enfrentan a una grave crisis.

Un cambio estructural

Junto con un mayor enfoque en la sustentabilidad y la reducción de costos después de la pandemia en compañías financieramente endeudadas, es probable que el repunte en las juntas virtuales tenga consecuencias a largo plazo, dicen los ejecutivos de la industria.

Muchas personas en el sector aceptan que se perderá un porcentaje de los viajes de negocios. Pero con los programas de vacunación que se despliegan a nivel mundial, no se ponen muy de acuerdo con respecto a cuánto será esa pérdida o cuánto durarán las consecuencias.

Bill Gates dijo en noviembre que “más de 50% de los viajes de negocios y más de 30% de los días en la oficina van a desaparecer”, una predicción que descartó Ed Bastian, director ejecutivo de Delta Air Lines, quien dijo que el fundador de Microsoft no estaba calificado para pronosticar el futuro de los viajes corporativos.

Pero incluso dentro de la industria de los viajes hay incertidumbre. Jeffrey Goh, director ejecutivo de Star Alliance, predice que habrá un “cambio estructural en términos del segmento de viajes de negocios” que podría hacer que el sector se quede 30% más pequeño.

“Hay un área gris y muchas incógnitas en relación con los viajes de negocios”, dice Martin Ferguson, vicepresidente de asuntos públicos de American Express Global Business Travel. “Por el momento no puedes viajar. Lo que no sabemos es cuántas personas elegirán no viajar cuando puedan”, agrega.

Acción preventiva

La explosión de los viajes aéreos durante las décadas de 1950 y 1960 provocó un crecimiento exponencial en el número de ejecutivos que cruzaban el mundo.

Durante mucho tiempo han apuntalado a la industria a gastar en tarifas aéreas más altas y habitaciones de hotel más caras con espacio para trabajar. Un asiento en clase ejecutiva o primera clase en promedio es cinco veces más caro que en clase económica, según IATA, y 30% de los ingresos de las líneas aéreas dependen de estos asientos premium.

La pandemia aceleró la desaparición anticipada de los aviones Boeing 747 en grandes aerolíneas como British Airways. Otras líneas dejaron en tierra el Airbus A380 más grande, que podía equiparse con suites, duchas y bares para pasajeros de primera clase y clase ejecutiva, una aceleración de una tendencia previa a la pandemia de covid hacia aviones más pequeños y ágiles.

Tal es la dependencia que tienen las principales compañías de viajes de sus clientes corporativos, dice Dave Hilfman, director ejecutivo interino de Asociación Global de Viajes de Negocios (GBTA, por sus siglas en inglés), que la caída de los ingresos hará que aumenten los precios para los clientes de viajes de placer.

Los viajes corporativos también experimentaron un crecimiento más lento que las reservaciones de vacaciones después de los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001 y la crisis financiera de 2008, y la GBTA estima que las pérdidas en gastos de viajes de negocios ahora serán 10 veces mayores que durante cualquiera de esas dos crisis.

Según un informe de McKinsey, es probable que los viajes de una compañía para capacitación o inspecciones queden “diezmados” ya que las corporaciones buscan minimizar los costos, y que las principales convenciones de negocios, incluyendo la industria de exposiciones y ferias, que fue valorada en 81,000 mdd en 2018, sea la última en regresar.

Necesidad de coordinación

“Los viajes internacionales prosperan con la certeza, la simplicidad y la armonización”, dice Robert Sinclair, director ejecutivo del London City Airport. Sin embargo, los esfuerzos para impulsar una recuperación en el sector de los viajes se han visto obstaculizados por la falta de coordinación internacional sobre las reglas del movimiento transfronterizo de personas durante la crisis sanitaria.

Beata Sperling-Tyler, analista de crédito senior de S&P Global, dice que las compañías quieren certeza antes de enviar a los empleados de viaje: “Vale la pena referirse a lo que sucedió después del 11 de septiembre, los aeropuertos tenían que volverse a prueba de terroristas y ahora tienen que volverse a prueba de virus”.

De acuerdo con la última encuesta de la GBTA a sus miembros, solo 6% prevé viajes de negocios internacionales en el primer trimestre de 2021. Algunos proveedores de viajes de negocios se están protegiendo contra una caída sostenida de los volúmenes corporativos.

Las aerolíneas buscan abrir más rutas a destinos de esparcimiento para compensar las pérdidas por la disminución del tráfico de negocios. Accor anteriormente dependía de los viajes de negocios para 66.6% de sus ingresos. Pero compró las participaciones restantes en sus marcas de hoteles boutique y las está fusionando en una nueva compañía de 1,000 mdd con el propietario de los hoteles Hoxton.

La compañía también está en una primera etapa para poner a disposición de las empresas los pisos no utilizados de sus hoteles, para que establezcan centros de trabajo remotos.

De igual manera, Hilton y Marriott comenzaron a comercializar sus habitaciones de hotel vacías como espacio para los trabajadores que no tienen el lujo de una oficina en casa, e invirtieron en procedimientos de limpieza de grado médico y registros sin contacto para las personas que tienen que hacer viajes nocturnos.

Recorte de costos por RSE

Una forma viable de disfrazar los recortes de costos es cambiar el nombre de las reducciones en los viajes de negocios como iniciativas ambientales que acercarán a las compañías a los objetivos de emisiones netas cero, dice Sperling-Tyler.

A pesar del creciente optimismo en torno a la vacunación, una encuesta de Deloitte a 90 directores de finanzas de las compañías más grandes del Reino Unido en enero mostró que 44% esperaba reducir aún más los gastos discrecionales, como los viajes, durante los próximos 12 meses.

Entre las empresas que ya se comprometieron a reducir los viajes se encuentran consultoras como Deloitte y PwC, el grupo de bienes de consumo Nestlé, y Allied Irish Banks, que dijeron que el compromiso de reducir permanentemente los viajes de negocios se aceleró de “forma natural” por la pandemia.

Sea cual sea el medio de viaje, Anand de Marriott, dice que la necesidad de recuperar la confianza que alimenta las relaciones comerciales hará que la industria vuelva: “Si bien el trabajo virtual es genial para hacer el trabajo diario, nada es mejor que estar frente a frente cuando quieres sellar un acuerdo”.