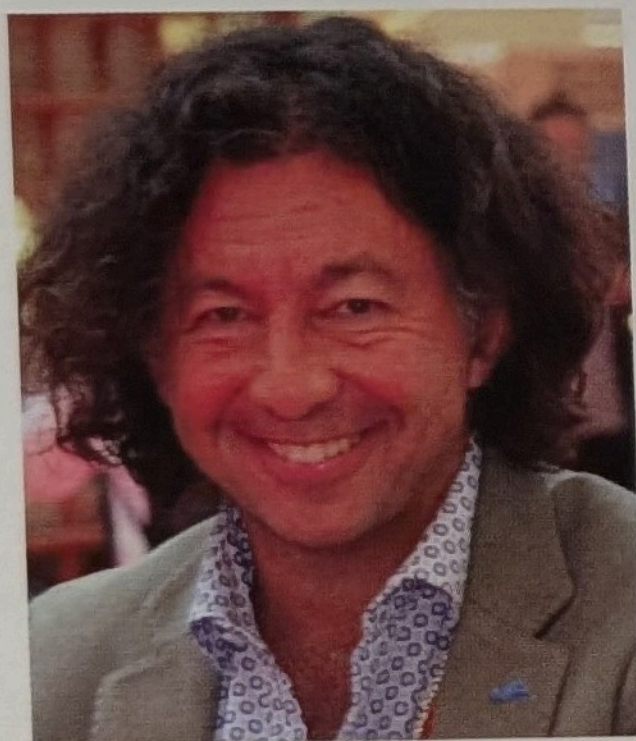


La voz de la agencia

ALEJANDRO VERZOUB

Presidente de AV Business & Communication (Argentina)



"Aunque trabajemos con más de un año de antelación, tenemos dificultades para gestionar nuestras operaciones"

¿Cómo está resultando la relación con los hoteles con respecto a sus reservas para grupos MICE? ¿Tienen alguna necesidad que no esté siendo satisfecha?

Depende de las regiones. Hay algunas que están sobrecargadas, como Europa, y nos encontramos con problemas de disponibilidad hotelera. Aunque trabajemos con más de un año de antelación, tenemos dificultades para gestionar nuestras operaciones. Además, cuando recibimos las cotizaciones, los hoteles nos piden una respuesta o confirmación inmediata, en menos de una semana o diez días, y hay falta de comprensión de los procesos que manejamos en las agencias intermediarias, porque debemos comparar, asimilar e interactuar con nuestros clientes. Otra problemática es que hay algunas cadenas internacionales que trabajan con mayor dureza y rigidez y no avanzan en cotizaciones si no acreditas formar parte de IATA.

¿Cómo cree que podría mejorar esta relación? ¿Qué podría aportar cada parte?

Una opción sería que los *revenue managers* fueran más flexibles con las tarifas y no se ciñan a unas únicas y rígidas, ya que ellos también tienen que cumplir con un volumen de productividad. Por ejemplo, en algunos eventos que estamos organizando en Argentina nos han dado bastante flexibilidad y se han adaptado a nuestras necesidades, para ser más competitivos en el mercado ante la caída de las previsiones para este 2024. También creo que los hoteles deben abrirse más e invitar a sus clientes a conocer sus instalaciones para que descubran las experiencias que ofrecen, su gastronomía, si hay ruido o no, si sus habitaciones son de alta calidad... Eso solo se puede vender físicamente, no por medios electrónicos ni en una feria.

¿Cree que se podría implicar a otros actores? ¿Cuál sería su papel en ese caso?

Los *convention bureaus* podrían informar sobre nuevas aperturas de hoteles, ya que es una buena forma de crear nexos entre nosotros para que podamos hacer negocios. Además, debido a la reciente apertura, seguro que nuevos establecimientos ofrecen flexibilidad de tarifas.