

Augusto Hidalgo, *Presidente del SCB y Alcalde de Las Palmas*

“Vamos a seguir siendo uno de los tres países del planeta con mayor turismo de congresos y conferencias”

A pesar de que el coronavirus ha tenido un importante impacto económico este año, Augusto Hidalgo se muestra optimista ante el futuro cuando señala que las previsiones apuntan a que en 2021 podrían recuperarse 2.600 millones y en 2022 volver a las cifras del escenario pre-COVID. En su opinión, “dar garantía de seguridad sanitaria es clave para atraer turistas, incluido en el sector de jornadas y reuniones”.

¿Cuál es su análisis global del escenario presente?

El sector de reuniones y congresos supone un 6% del mercado turístico nacional y manejaba un nivel de facturación de más de 6.000 millones de euros de ingresos en el último año. Sin embargo, a causa de la crisis sanitaria la situación ha cambiado drásticamente ya que este segmento depende del movimiento de personas y de la actividad de los promotores privados. La situación es compleja, pero los últimos datos demuestran que ya se están haciendo contrataciones para este año, pero especialmente el 70% para 2021 y el 17% para 2022. Estas cifras demuestran que se empieza a reactivar, pero este año la situación es difícil.

¿Qué valoración hace de la incidencia del coronavirus? ¿Cuál ha sido el impacto económico?

Según el estudio que hemos realizado desde la Spain Convention Bureau durante la última fase de la pandemia y en el periodo posterior al estado de alarma, el coronavirus ha tenido un importante impacto económico este año, aunque también se prevé una pronta recuperación. Si los datos se confirman, este año de los 6.000 millones de euros al menos se perderían 5.000. Sin embargo, se prevé que en 2021 se recuperarían 2.600 millones y que en

2022 volveríamos a las cifras del escenario pre-COVID. El impacto es demoledor, pero ha provocado que tengamos que mirar hacia el futuro con más fuerza.

Por el momento, el turismo que se está reactivando y que está generando contrataciones, es el de jornadas, que suele ser menos numeroso, y de carácter nacional; las internacionales están paralizadas. Además, son aquellos eventos que son impulsados por el ámbito asociativo, como Administraciones Públicas o entidades profesionales. En cambio, el segmento corporativo, de eventos de incentivo, de empresas y grandes corporaciones, está paralizado aún por la incertidumbre relacionada con los propios negocios y la posibilidad de poderlos realizar, dada la volatilidad y el riesgo económico que suponen estas inversiones en este momento. Al final, la mayoría de corporaciones están esperando a final de año para adoptar decisiones.

¿Cómo están reaccionando las ciudades?

Las ciudades estamos a la expectativa, operamos de facto como Convention Bureau y la información que tenemos es gracias a ellas. Según nos han trasladado, se están reforzando, tienen la infraestructura y los medios necesarios para afrontar la situación, toda vez que

han adoptado medidas para garantizar que cualquier repunte sea contenido, especialmente tras la experiencia adquirida. En un escenario en el que aún no se haya descubierto la vacuna o tratamiento del virus, estamos en mejores condiciones que antes de la pandemia ante un hipotético repunte. Estamos, desde el punto de vista de las responsabilidades municipales, más que preparadas para dar garantía de seguridad sanitaria y protección, al visitante y, por tanto, al que viene a un congreso o a una jornada.

¿Qué medidas inminentes y de gran envergadura hay que adoptar para garantizar el futuro del sector?

En general, dar garantía de seguridad sanitaria es clave para atraer turistas, incluido en el sector de jornadas y reuniones. El gran poder de España en este segmento es que nuestro país es potencia mundial en el sector turístico junto a países como EEUU y Francia, y en el segmento específico del turismo MICE, también junto a países como Alemania o Italia, somos las grandes potencias mundiales. La causa es que además de ofertar unas grandes infraestructuras turísticas, somos un destino seguro a nivel sanitario y de protección en el sentido más clásico. Vamos a tener que ponerle un guión de “sanitario” a esa promoción como destino seguro.

¿Qué más deben hacer las Administraciones para apoyar al sector?

La Administración en general tiene que hacer lo que está realizando en estos momentos: cumplir a rajatabla las órdenes de las autoridades sanitarias y de seguridad, ni más ni menos. Además, deben invertir en la promoción, como se está haciendo a nivel turístico, para fomentar que se vuelva a viajar con garantías y demostrar que somos un destino seguro. Por otro lado, deberán ayudar a revertir la situación económica con inversión, pero creo que Europa ha dado un golpe de efecto con la decisión que ha tomado hace poco de destinar 140.000 millones de euros. Espero que esas inversiones vengan también para el sector y para la generación de actividad productiva.

¿Qué pronóstico hace para lo que queda de año?

Para lo que queda de año en este sector es muy difícil de recuperar. El segmento MICE requiere de meses de organización, incluso a veces de hasta dos años en el caso de eventos de carácter internacional. Además, a diferencia del turismo clásico, en un hotel se pueden hacer cancelaciones cinco días antes, en nuestro segmento directamente se cancelan de aquí a final de año. El sector de jornadas y congresos precisa de una organización mayor y pese a que tenemos muy buena perspectiva desde ahora a final de año, muchos han caído. Lo importante es que de aquí a diciembre la recuperación del sector que se está activando, que es el de jornadas y de eventos nacionales y locales, nos sirva de experiencia para demostrar que el año que viene los congresos internacionales se vuelvan a producir.

¿Seguirá ocupando España el liderazgo en el turismo de congresos?

Debemos de analizar los datos este año, pero todo indica que pese a la crisis sanitaria es posible que nos reforzemos en el ranking. ¿Por qué? Porque España está siendo en este momento la que mayor demanda de desplaza-



mientos tiene del mundo, por encima de EEUU y de Francia, que eran nuestros competidores naturales. En este segmento, esperemos que pase exactamente lo mismo, vamos a seguir siendo uno de los tres países del planeta con mayor turismo de congresos y conferencias.

¿Qué cifras deja el balance de actividades del año pasado?

Con la evaluación del año pasado, que a causa de la crisis sanitaria se ha retrasado los datos son muy buenos dado que estábamos teniendo crecimientos que superan los dos dígitos.

Enumere los principales objetivos ahora para el SCB.

Los objetivos han cambiado adecuándose al nuevo contexto. Antes estábamos en una situación de crecimiento imparable y de consolidación, buscando otros mercados como el estadounidense y reforzando otros a nivel europeo. Además, trabajábamos para intentar variar nuestra oferta uniéndola a la gran industria turística en general que era lo fundamental porque es lo que nos ha dado éxito.

Ahora las prioridades son volver a recuperar el volumen de negocio, que estoy convencido de que se va a restablecer. La senda en la que vamos a

trabajar es que el tiempo de recuperación previsto y que según los datos se emplaza a 2022, sea en 2021 y que el sector se recupere al 100% el próximo año. No creo que sea ningún disparate, sino todo lo contrario, debemos de hacer de la necesidad virtud e incorporar la seguridad sanitaria como un valor.

Para ello, una de las piezas fundamentales que con esta situación han adquirido mayor protagonismo es la innovación. Aunque parezca que en el sector turístico la innovación no tiene el mismo peso que en el sector industrial, siempre ha sido una cuestión importante y ahora más. En Canarias, somos conscientes y por eso tenemos laboratorios de innovación tecnológica en materia turística y del sector MICE.

En la SCB desde hace dos años estamos realizando una apuesta importante por el mundo digital, con la aportación de colaboradores en el ámbito tecnológico para la promoción de eventos de la SCB y de operadores del sector. Ahora tenemos que implementarlo en esta nueva realidad que estamos viviendo y va a servir para incrementar las inversiones de capital en las nuevas tecnologías, dado que el segmento de turismo de congresos y jornadas está más unido al sector industrial, que el propio sector turístico.