



El panorama tecnológico en el sector del Business Travel

El protagonismo del Travel Manager



Podemos afirmar que el mundo de los viajes corporativos goza de buena salud. Según el último Barómetro anual 2015 de American Express Global Business Travel, en las compañías europeas se ha producido un aumento de los presupuestos destinados a viajes de negocios de más del doble de lo que anunciaban las previsiones. ¿Y cuáles fueron sus prioridades? Por orden de importancia eligieron la seguridad de sus empleados, el control de costes y la satisfacción del viajero.

Si nos centramos en el segundo punto, el control de costes, podemos advertir que la solución mágica no consiste en reducir el número de viajes al año, sino en hallar la manera de disminuir los costes de los mismos sin tener que renunciar a la calidad. Por este motivo está teniendo lugar un cambio evidente en el sector del Business Travel, ya que se está elevando el nivel de implantación tecnológica en la gestión de los desplazamientos corporativos.

La mayoría de las empresas cuentan ya con una herramienta de autorreservas como instrumento eficaz a la hora de reducir costes, pero además, lo que se busca es tener un mayor control en la gestión de los viajes. El hecho de que cada entidad posea una única herramienta en propiedad con la que trabaje aumenta su independencia, sin que por ello se tenga que renunciar al trabajo de las agencias de viaje. No es cuestión de cerrar puertas sino de abrir el abanico de posibilidades que aporta tener una herramienta de autorreservas a tu plena disposición.

Además, las empresas necesitan un valor añadido, una labor de consultoría, análisis de datos y servicios adicionales para sacar el mayor rendimiento a sus viajes y proyectos.

Aquí es donde la figura del Travel Manager cobra más protagonismo. En sus orígenes era una tarea que realizaba cualquier persona de la empresa, desde el departamento de administración, compras hasta el departa-

mento de recursos humanos. Ahora cada vez es más necesario tener un puesto dedicado a esta labor, con una mayor especialización, y con profesionales que posean dotes de empatía y negociación.

El Travel Manager juega un papel estratégico en la relación de su empresa con la agencia especializada. Su objetivo consiste en obtener los mejores acuerdos con proveedores, gestionar los gastos de viaje y en definitiva, facilitar el proceso de reserva para los viajeros. Cuando se apoyan en las soluciones tecnológicas consiguen un gran ahorro en los presupuestos y en tiempo. Pero, ¿qué necesidades adicionales tiene en la actualidad el Travel Manager?

Necesitan soluciones más flexibles adaptadas a los requisitos de cada cliente. Tecnologías fáciles de entender, de manejar, con diseños que mejoren la experiencia de usuario, que sean intuitivos, escalables y que en definitiva, mejoren la eficiencia de su tiempo.

El mayor problema que se presenta es que a día de hoy, las empresas solo explotan un 25% del total de funcionalidades que ofrecen estas herramientas. Se desaprovecha todo su potencial.

Es por ello que nuestra propuesta de cara al futuro más cercano es que sean las propias empresas quienes implanten una única herramienta, la que ellos decidan tener.

El Travel Manager debe ser el que tenga todo el control, ser propietario de la solución tecnológica y que trabaje con las agencias que desee, sin miedo a que el cambio de intermediario se

convierta en un duro trance.

Las ventajas se multiplican: permite que toda la información y la parametrización la cargue la empresa, de esta manera, al trabajar siempre con la misma herramienta facilita la formación de sus empleados. Ya no tendrían que asumir la solución que le implementa la agencia.

Tendrían la libertad absoluta de poderse conectar a diferentes GDS, y así mismo, integrar todos los proveedores que deseen. Es decir, se abre el universo del multiproducto y del multiproveedor.

La empresa sin duda, gana en independencia, libertad, flexibilidad, obtiene ventajas competitivas y una mayor personalización.

En un futuro la tendencia se encamina hacia la automatización de todos los procesos en una misma plataforma integral. Es decir, que los Travel Manager de las empresas puedan reunir en una única herramienta los objeti-



El Travel Manager debe ser el que tenga todo el control, ser propietario de la solución tecnológica y que trabaje con las agencias que desee, sin miedo a que el cambio de intermediario se convierta en un duro trance

vos de la política de viajes (ahorrando costes y mejorando la calidad del servicio), la autorización automática, la gestión de los gastos, la presentación de facturas y tickets digitales, conocer el retorno real de la inversión por cada proyecto y por supuesto, que todo esto esté disponible a su vez en

su versión 'Mobile' para facilitar la autonomía de cada viajero.

En definitiva, creemos que el Business Travel está en alza dentro del sector turístico y que el Travel Manager va a continuar trabajando mano a mano con las agencias pero con un mayor grado de autonomía; poseerá un conocimiento de la oferta mucho más amplio para organizar sus viajes de empresa, rentabilizándolos y todo ello, gracias también a la implantación de una tecnología que englobe toda la gestión del viaje.



Jose Arias
CEO de Travel Loop

Descubre el nuevo

PURSUIT DASHBOARD

La herramienta definitiva del Travel Manager

www.travelloop.es

PURSUIT
by TravelLoop

Información:
+34 91 431 28 10 | info@travelloop.es