

Viajes de negocios

Claves de productividad en alojamientos hoteleros



Índice

Claves de productividad en alojamientos hoteleros	3
No hay ahorro sin productividad	4
Productividad, ahorros y alojamiento	6
El factor conexión	7
<i>Hotel = Workcenter</i>	8
<i>La ubicación y el factor tiempo</i>	9
<i>Conclusiones</i>	11

nh
HOTEL GROUP

GEBTA 



Viajes de negocios Claves de productividad en alojamientos hoteleros

El actual escenario económico ha llevado a las empresas a centrarse de modo particular en la optimización de los costes, en el ahorro. El sector de los viajes de negocio no ha sido una excepción, y los resultados de más de 4 años de recortes y control del gasto están a la vista: con menos inversión, las empresas han conseguido viajar más y más lejos.

Ello ha permitido también que el retorno de la inversión viajera en términos de facturación comercial en el exterior se haya mantenido alta, reforzando de este modo la contribución del viaje de negocios a la actividad exportadora, y con ello a la economía española:

1 € invertido en viajes de empresa → 105 € en exportación

ROI viajes de empresa → 9'9:1

Sin embargo, el camino del ahorro no es infinito, y pese a que todavía le queda cierto recorrido, no debe convertirse en una obsesión. El ahorro mal aplicado puede perjudicar la productividad de las empresas, y con ello, reducir su rendimiento. Esta reflexión es especialmente indicada en momentos como el actual, en los que diferentes indicadores y la mayor madurez exportadora de las empresas, aconsejan invertir más en los viajes de negocio.

nh

HOTEL GROUP

GEBTA





No hay ahorro sin productividad

La evolución de los viajes de negocio en España, en los próximos años debiera incorporar otros elementos y parámetros de actuación, con el objeto de pasar de una orientación centrada de modo casi exclusivo en la contención del gasto, a otra que además esté enfocada y contabilice el retorno y el rendimiento de los recursos invertidos en los viajes de negocio, para incorporarlos de modo estable y duradero a las políticas de viajes..

Ahorro + Aumento de Productividad = Negocio

Pero para llevar a cabo un cambio en la política de gestión de los viajes, las empresas necesitan constatar de modo claro los beneficios que dichos cambios van a ser capaces de aportar.

nh
HOTEL GROUP





>>>>> De acuerdo con diversos estudios, **existe recorrido para optimizar el retorno de los viajes de negocio, no sólo por la vía del ahorro, sino también por la vía de la ergonomía y de la creación de entornos que faciliten el trabajo y el descanso**, porque resultan más rentables para las empresas. Así lo reconocían los propios viajeros de negocio, en el estudio sobre Hábitos y Tendencias de los Viajeros de Negocios en España (2013), elaborado por GEBTA y Vueling. El 74,19% de los viajeros considera que si su empresa mejorase las condiciones en las que se produce el desplazamiento, el viajero mejoraría su rendimiento profesional.

Y es que el 95 % de los viajeros por negocios europeos sigue trabajando durante sus viajes. Según un informe llevado a cabo por Vanson Bourne en junio del 2013, por encargo de HP entre 600 ejecutivos de nueve países europeos (entre ellos España), el 54 % de estos profesionales destina al menos la mitad de su tiempo a realizar trabajos relacionados con el propósito de su viaje. Este porcentaje es todavía mayor en el caso de los españoles, ya que un 77% afirma “trabajar en el último momento” y emplear más de la mitad de su viaje para preparar próximas reuniones.

Y pese a que pueda resultar sorprendente, los datos ponen encima de la mesa un hecho que responde a la pura lógica y que debería hacer reflexionar a muchas corporaciones: **el un 65% de estos ejecutivos señala que las mejores ideas las tienen cuando están fuera de la oficina** (fuente Vanson Bourne).

nh

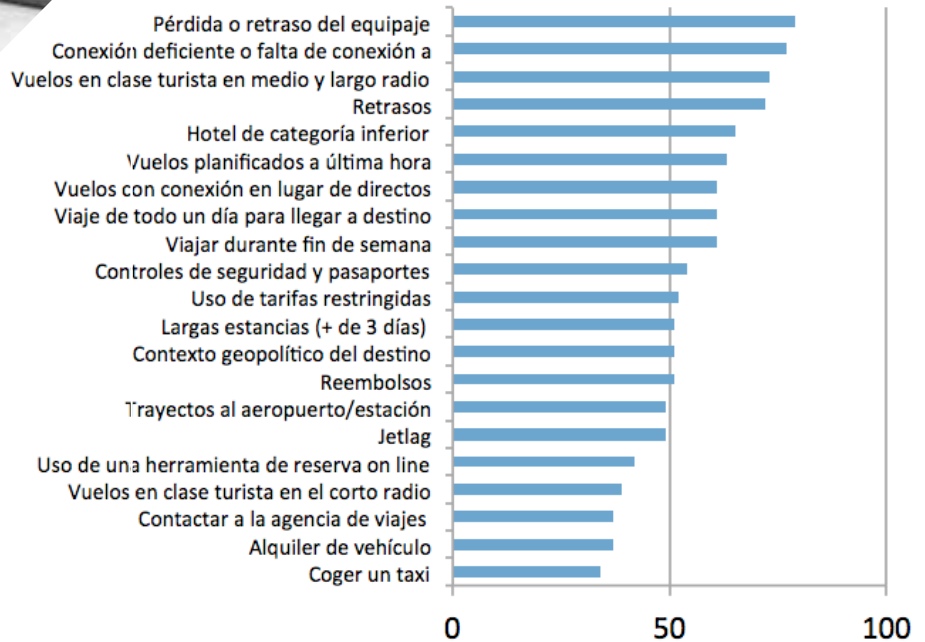
HOTEL GROUP



Productividad, ahorros y alojamiento

Sin perjuicio del mayor impacto del transporte, las empresas no pueden descuidar el factor alojamiento. Los hoteles son un aspecto clave en el viaje, no solamente en términos de gasto, sino además en los vectores de fricción (tiempo/stress), y por consiguiente productividad.

■ Principales factores responsables de fricción/stress



Stress Trigger Ranking by perceived strength ("The Hidden cost of Business Travel" – CWT 2013).

La falta de conexión o conexión deficiente, así como la categoría inadecuada del hotel, están entre los principales factores de estrés de los viajeros (2º y 5º respectivamente), de acuerdo con el informe "The Hidden cost of Business Travel" (CWT 2013). Dichos elementos deben vincularse con la capacidad de trabajar de modo eficiente (conexiones wifi, business corner, mesa de trabajo apropiada, iluminación, room service, ...), o simplemente de descansar.

nh

HOTEL GROUP





El factor conexión

La necesidad de **estar permanentemente conectados** a sistemas y aplicaciones empresariales y tener acceso a la red es algo imprescindible para la mayoría de los trabajadores que han de desplazarse y viajan de modo regular. Según la investigación de Vanson Bourne el número de horas dedicadas a **trabajar durante los desplazamientos y viajes** profesionales no deja de crecer.

Sin embargo, un 62% de los viajeros encuestados apunta que los mayores obstáculos que encuentran para impulsar su productividad durante sus desplazamientos se deben a la falta de conectividad, mientras que, para el 51 % los mayores obstáculos residen en la incapacidad para obtener acceso remoto a las herramientas y aplicaciones habituales de trabajo.

NH
HOTEL GROUP





Hotel = Workcenter

De acuerdo con el estudio “Hábitos y Tendencias de los Viajeros de Negocios en España” (2013), los viajeros corporativos identifican su capacidad de mejorar la productividad durante el viaje, con la existencia de factores que les permitan disponer de un entorno adecuado, allí donde se encuentren en cada momento.

Los elementos que para el viajero de empresa debe incorporar este *workcenter* itinerante, se relacionan fundamentalmente con:

ESPACIO

Más espacio/espacio adecuado para trabajar
Entorno de trabajo

TIEMPO (GESTIÓN EFICIENTE DEL TIEMPO)

Horarios adecuados
Flexibilidad para realizar cambios de horario
Fast track

(Fuente: GEBTA-Vueling “Hábitos y Tendencias de los Viajeros de Negocios en España” (2013))

La práctica totalidad de los viajeros de negocio suele trabajar desde su hotel durante el viaje, pero a efectos de la determinación de la política de viajes de la empresa, resulta clarificador conocer dónde suelen trabajar los viajeros, y cuáles son los elementos que conforman su “workcenter” básico.

- Preferencia por trabajar en la habitación del hotel: 84%
- Preferencia por trabajar en el vestíbulo del hotel: 45%
- Preferencia por trabajar en el centro de negocios del hotel: 10%

NH

HOTEL GROUP





>>>>> Resulta igualmente revelador analizar las condiciones que los viajeros identifican como críticas para poder trabajar cómodamente en la habitación de un hotel:

Amplio espacio de trabajo (mesa) con iluminación adecuada (53%)
Silla ergonómica (30%)

Además merece la pena destacar como aspectos adicionales que ayudan a conformar un espacio óptimo para el trabajo desde la habitación del hotel los siguientes:

Un 61% hacen uso de la máquina de café
En un 53% de los casos, se realiza algún consumo del minibar o en su caso se utiliza el microondas.





La ubicación y el factor tiempo

Finalmente, y como resulta lógico, la propia ubicación del hotel va a determinar una mayor o menor pérdida de tiempo que deberemos contabilizar, en función de la proximidad y conexión con el destino final de nuestros viajeros.

Desde el punto de vista de los propios ejecutivos americanos (73%), la ubicación es, seguida del precio (61%) y la gratuidad del wifi (51%), el factor más importante a la hora de escoger el hotel

El factor proximidad del hotel está claramente relacionado con la productividad. En este mismo sentido debemos interpretar las preferencias de los ejecutivos por hacer el check-in y el check-out express (60%)



nh

HOTEL GROUP





Conclusiones

Si además de reducir en lo posible el impacto de elementos que generan estrés durante un viaje (conexiones deficientes, vuelos largos en clase turista, pérdida de equipajes, etc.) permitimos que el viajero se aloje en establecimientos bien ubicados, con conexiones adecuadas y que mantenga un entorno de trabajo ("workcenter") durante el viaje que le permita aprovechar el tiempo del desplazamiento para trabajar, su productividad se incrementará notablemente... y sin duda la empresa saldrá beneficiada.

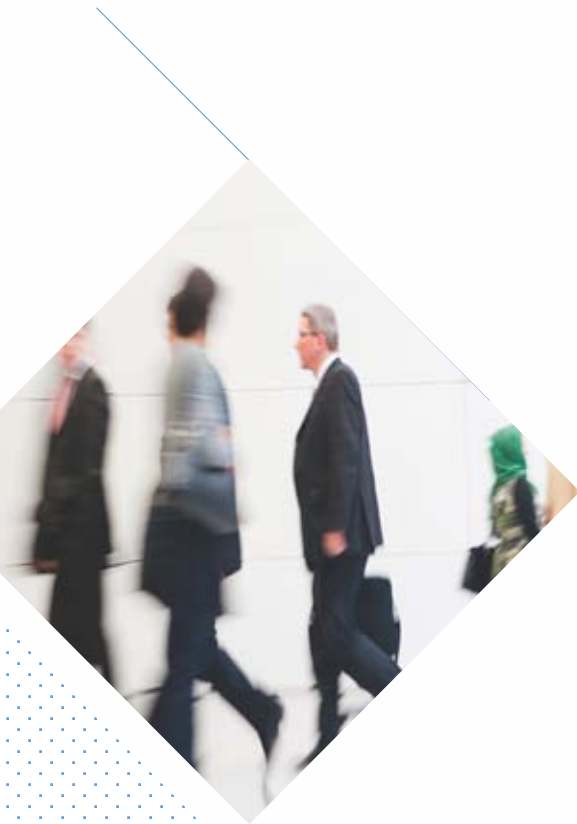
Las empresas son las primeras interesadas en que sus empleados sean productivos durante toda la jornada laboral, para eso les pagan. Por consiguiente, esas mismas empresas deben procurar evitar en la medida de sus posibilidades, la existencia de espacios de tiempo desaprovechados, durante los cuales el viajero no pueda trabajar, o en su defecto descansar, para evitar mermar su productividad. El tiempo perdido durante cualquier viaje, es un tiempo que difícilmente vamos a recuperar.

Sin perjuicio de mantener el foco en el control del gasto, las empresas deben integrar en la política de viajes variables capaces de incrementar la productividad de los viajeros durante sus desplazamientos de negocio.

nh

HOTEL GROUP





>>>> Una vez identificada la necesidad de realizar un viaje, el factor productividad interviene para establecer cuándo es conveniente modificar las condiciones del viaje y en su caso asumir un incremento en el coste del mismo, con el objeto de mejorar el rendimiento de los viajeros.

- Coste Oculto

+ Productividad

Los resultados obtenidos por GEBTA confirman la importancia de que la empresa incorpore en sus variables de cálculo, el concepto coste/hora de los viajeros desplazados, con el objeto de evaluar, si el importe resultante de ahorrar en ergonomía y condiciones adecuadas para el trabajo, es superior al coste/empresa que se genera por el tiempo perdido (las horas no trabajadas) del viajero.

Si Coste Oculto > Ahorro → Invierte +

Si Ahorro > Coste Oculto → Aplica Ahorro

Fuente: GEBTA

© GEBTA, Marcel Forns Bernhardt (2015)



nh

HOTEL GROUP





feel
the extraordinary

nh-collection.com | 902 64 67 14

NH Collection Madrid Eurobuilding



NH COLLECTION
HOTELS

Amalfi • Barcelona • Bilbao • Buenos Aires • Córdoba • Florencia • Génova • Guadalajara • Madrid
Milán • Monterrey • Olomouc • Roma • Santa Fe • Sevilla • Venecia

GEBTA



GUILD OF EUROPEAN
BUSINESS TRAVEL AGENTS

www.gebta.es

Blog: www.gebta.blogspot.com

Email: contacto@gebta.es

Twitter: <http://twitter.com/gebta>

Tel: +34 934 105 900

