

Políticas de viajes

SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN
DE VIAJES DE EMPRESA



easyJet

GEBTA





POLÍTICAS DE VIAJE

Su influencia en la gestión de viajes de empresa

¿Cuántas veces hemos oído hablar de políticas de viaje? Para empezar por el principio podemos comenzar por definir el término y nos permitimos escribir en mayúscula alguna palabra, por su importancia.

“Conjunto de reglas ESCRITAS y distribuidas a los trabajadores de la empresa que tienen por objeto permitir a las corporaciones controlar los gastos en viajes y en la organización de eventos, sin comprometer la calidad del desplazamiento de los viajeros ni la consecución de los objetivos”

La consecución de ahorros en viajes de empresa está ligada a factores muy diversos como la negociación de tarifas con proveedores preferentes, reservas realizadas con antelación etc. Sin embargo la racionalización de una política de viajes se conforma como uno de los factores clave en la optimización de la cuenta de viajes. **Los ahorros pueden llegar hasta el 20% del presupuesto anual, una cifra no desdeñable.**



EJES DE LA POLÍTICA DE VIAJES

En la actualidad, una política de viajes pivota normalmente en torno a cuatro ejes fundamentales: **perfiles** de viajeros y reglas, políticas de **proveedores preferenciales, negociación de tarifas y consolidación** del programa de viajes. Sin embargo las previsiones apuntan a que en el futuro próximo aparecerán nuevas prioridades al tratar este tema, como:

- Consolidación del programa de viajes con especial atención a la gestión de la **multicanalidad**.
- **Trazabilidad** del viaje y de los costes, pero no sólo externos, también y muy especialmente, costes internos.
- **Integración** del programa de reuniones y eventos en el programa de viajes.
- **Sostenibilidad** y rentabilidad ecológica junto con rentabilidad económica.
- **ROI**, el siempre presente “retorno de la inversión”.

Por lo tanto habrá que tener en cuenta estas tendencias a la hora de ir describiendo o actualizando las políticas de viaje de nuestras empresas. Algunas tendencias como la multicanalidad nos van a ser impuestas por nuestros propios viajeros, o nos preparamos para utilizar el móvil como un canal de compra y reserva o corremos el riesgo de la suma dispersión. Otros elementos como la trazabilidad, la medición del ROI o la integración del programa de viajes y eventos, van a ser recursos inapelables ante la optimización de costes.



LOS DECISORES DE LA POLÍTICA DE VIAJES

En todas las empresas europeas se observa un traslado claro del poder de decisión hacia los departamentos de compras y financieros, con pérdida de poder de otros centros de la empresa, como Dirección General o Recursos Humanos.

DECISORES DE POLÍTICA	2011	2010
Departamento de compras	36%	29%
Dirección financiera	21%	15%
Dirección general	10%	16%

¿Cuál es el papel del travel manager en la configuración de la política de viajes? En el estudio de las empresas europeas, se nos indica que el 17% de los travel manager comparten responsabilidades con el departamento de compras o financiero; el 21% de los travel managers indican pertenecer a algún comité con funciones específicas en la determinación de políticas de viaje. **Sorprende el número de travel managers que declaran estar al margen de la toma de decisiones** en este campo. Si en 2010 eran el 7%, en 2011 la cifra asciende hasta el 22%. (Datos tomados del estudio de Egencia y GBTA Foundation, 2011)



AHORROS VS FRICCIÓN DEL VIAJERO

El traslado de los centros de decisión en políticas de viaje desde los departamentos de Recursos Humanos o Direcciones Generales hacia departamentos de control económico ha originado diferentes debates, que inciden siempre en la necesidad de no perder de vista la seguridad y calidad de los desplazamientos y la consecución de los objetivos que originan el desplazamiento.

Cuando la política de viajes se convierte sólo en política de ahorros podemos generar lo que el experto americano en viajes de empresa, Scott Gillespie denomina “fricción”. **La fricción, los elementos de estrés que las incomodidades del viaje provocan en los viajeros, se acaban pagando a nivel empresarial como costes.** El precio del viaje para las compañías es pues la suma de los costes objetivos que abona a la agencia y otros proveedores más los costes de fricción de los viajeros que podremos calcular a partir de encuestas de calidad, entrevistas etc.

Finalmente la empresa acabará pagando estos costes de fricción con formatos de menor productividad entre sus colaboradores, pérdidas de proyectos, descontento entre clientes y por supuesto, reactividad de los empleados hacia el viaje y en último extremo, en rotación alta de empleados, falta de retención del talento etc.

Buscar el equilibrio entre costes objetivos y fricción ante el viaje debe ser el objetivo clave de una buena política de viajes.

POLÍTICA DE VIAJE: ¿OBLIGACIÓN O RECOMENDACIÓN?

No contamos con datos del mercado español, pero los datos de otros mercados pueden ayudarnos a dibujar tendencias. Veamos los datos que para Estados Unidos, India, Australia y Canadá nos aporta Concur (Alexandría, 2012):

- 21% de estos viajeros están sujetos a políticas de viaje de obligatorio cumplimiento.
- 47% de los viajeros de este estudio recibe **recomendaciones** para políticas de viaje pero éstas no son de obligado cumplimiento.
- 32% de los viajeros de empresa de las zonas estudiadas, no debe sujetarse a ningún tipo de política ni siquiera tiene recomendaciones.

En el estudio de GBTA y Egencia* sobre viajes de negocios en Europa (París, 2011) se aportan los datos siguientes:

- 50% de las empresas europeas han definido sus políticas de viaje como **recomendaciones** hechas a sus empleados.
- 47% de las empresas europeas han definido su política de viajes como de obligado cumplimiento.
- Sólo el 2% de las empresas europeas interrogadas indicaron no tener ninguna política de viajes escrita (En el año 2010, eran el 10%)

Habrà que tomar las cifras con cierta precaución. Seguramente el estudio de Concur recoge un espectro de empresas muy amplio, frente al estudio europeo más centrado en corporaciones grandes. En todo caso deducimos que en gran medida, la política de viajes se aleja de la obligatoriedad, lo que habrá que analizar si es la mejor opción para la consecución del ahorro de costes.



TENDENCIAS GENERALES

Aumenta la presión en política sobre el viaje aéreo (76% de las empresas europeas encuestadas) y los desplazamientos en tren (73%). La tendencia a la oferta y la aplicación de la tarifa BAR (La mejor tarifa disponible) ha hecho que se relaje sin embargo la política sobre hoteles (62%) y rent-à-car (66%).

¿Qué tipo de empresas son las más cumplidoras con las políticas corporativas? Sin duda las más grandes.

Parece que existe una proporción directa entre tamaño e índice de éxito de políticas. Empresas europeas de más de 10 millones anuales de gastos en viajes, presentan niveles de cumplimiento de política superiores al 80%.

Más datos curiosos. Las empresas más pequeñas son las que presentan mayores niveles de adopción de herramientas de autobooking según marca su política. En todo caso, la autorreserva sigue siendo una cuestión de debate para muchas empresas.

- Uso obligatorio del autobooking: 51% de las empresas europeas encuestadas.
- Obligatoriedad de autobooking sólo para ciertas reservas: 15%
- Empleo de la herramienta de autobooking, según elección del viajero: 14%
- Sin herramientas de autobooking en la empresa: 20%



POLÍTICA DE VIAJES Y AEROLÍNEAS

Tal y como indicábamos, la política de viajes se centra muy especialmente en los temas aéreos. Sin embargo la batalla de la compra anticipada como elemento clave de ahorro parece casi perdida. **El 63% de las empresas europeas encuestadas indicaron tener esta pauta como recomendación, pero nunca como obligatoriedad.** No ocurre lo mismo con la obligatoriedad trasladada a los empleados de usar la tarifa más económica para volar. 66% de las compañías tienen incluida en su política de viajes la obligatoriedad de compra de la tarifa más barata, aunque ésta sea no reembolsable y 35% de las empresas europeas obligan a sus empleados a hacer uso de la tarifa más barata aunque implique vuelos con escalas o uso de aeropuertos alternativos (29%).

¿Qué está ocurriendo con las clases nobles? La tendencia entre las empresas europeas es permitir la clase business cada vez más en desplazamientos intercontinentales e incluso entre países europeos muy alejados. Cuanto más grande es el presupuesto de viajes de una organización, más flexible es la política en este aspecto. Las empresas alemanas y británicas son las más receptivas a otorgar este permiso y las francesas ocupan por el contrario, los puestos más bajos.

Destino	2011	2010	Diferencia
Cualquier país de Europa	4%	4%	- 4%
Sólo algunos países de Europa	10%	10%	+ 10%
América del Norte	46%	46%	+12%
América del Sur	44%	44%	+11%
Asia Paceyfico	38%	38%	+10%
Asia, Oriente Medio, África	50%	50%	+12%
Prohibición total de uso clases nobles	42%	42%	-4%
NS/NC	3%	3%	-6%



¿En política se contempla la tarifa más económica como recomendada? Evidentemente, pero se tiende a definirla conforme a ciertos parámetros y no en absoluto.

- 56% de las empresas europeas recomiendan la tarifa más económica sólo si coincide con el horario solicitado por el viajero.
- 66% de las empresas europeas recomiendan la tarifa más económica aunque ésta sea no reembolsable.
- 35% recomiendan la tarifa negociada aunque ésta suponga vuelos con escalas.
- 29% recomiendan la tarifa más económica aunque para ello sea necesario el uso de aeropuertos alternativos.

¿Se están contemplando los gastos anexos facturados por las aerolíneas para el cálculo de la tarifa recomendada? 54% de las compañías europeas lo contemplan en política aunque hay una fuerte desproporción según países. El 70% de las organizaciones alemanes lo consignan frente al 42% de las francesas. Si tenemos en cuenta que en nuestro mercado hablamos de un tejido de pyme además, seguramente concluiríamos que nos encontramos en un perfil mínimo de consideración de este parámetro dentro de las políticas de las empresas. Será necesario avanzar en este camino.

POLÍTICAS DE VIAJES HOTELES

Como decíamos anteriormente **la política de viajes referente a hoteles se ha reblandecido** como consecuencia del exceso de oferta del sector. En el año 2010, el 29% de las empresas europeas tenían acuerdos con cadenas hotelera, y los viajeros estaban obligados a utilizarlas. En 2011 este número descendió hasta el 24%. El 40% de las empresas europeas indican tener en política recomendaciones de reserva de ciertas cadenas hoteleras sin que el viajero esté obligado a usarlas. El 20% de las empresas europeas no tienen en política ningún proveedor hotelero recomendado, 15 puntos más que en el año 2010.

Ocurre todo lo contrario con el coste de las pernoctaciones. La norma se endurece. El 72% de las compañías establecen un monto máximo por noche para el gasto hotelero y 22% prefieren la definición por categoría o tipo de hotel.

Por otro lado se nota un incremento en la tendencia de negociar tarifas con prestaciones hoteleras. El 70% de las empresas buscan tarifas negociadas que incluyan el precio del desayuno; 57% que incluya el acceso a Internet en el coste negociado; 21% de las empresas quieren que esté incluido el parking y el up grading a habitación superior, debe estar incluido en el 19% de las negociaciones.



POLÍTICAS DE VIAJES CON OTROS PRESTATARIOS DE SERVICIOS

Por lo que se refiere al **alquiler de coche**, el 60% de las empresas europeas tienen tarifas negociadas, frente al 57% del año anterior, ¿tendencia en crecimiento? 39% de los travel manager exigen alquileres de modelos de clases intermedias (B/C), frente al 33% que recoge en política el uso de vehículos compactos (A/B), tendencia a la baja, pues en 2010 las cifras por este mismo concepto eran del 49%.

En cuanto a **ferrocarril**, 87% de las empresas europeas imponen la clase del servicio. Sólo el 33% autorizan a sus viajeros las reservas en clases superiores, frente al 42% el año anterior, por lo tanto, recortes a la baja. Las diferencias de clases están muy relacionadas con el volumen de viajes de la empresa. El 58% de las organizaciones con cuentas de viajes superiores a 10 millones de euros anuales autorizan la compra de billetes de tren en clases nobles, frente al 31% de las organizaciones con cuentas inferiores a 1 millón de euros anuales.

APLICACIÓN DE POLÍTICAS DE VIAJE

Se observa una evolución en la implementación y obligatoriedad del uso de políticas de viaje en empresas europeas. En todo caso en el año 2010, la política de viajes considerada como una serie de reglas hechas a los empleados, no pasaba de ser una simple recomendación en el 50% de los casos, lo mismo que en 2009.

Hemos notado sin embargo una evolución en el número de empresas que visibilizan la política de viajes como obligatoria. Si en 2009, el 40% de las empresas encuestadas nos hablaban de política de obligado cumplimiento, un año después, este índice había subido 7 puntos, hasta el 47%. Por otro lado cada vez hay menos empresas sin política de viajes en Europa, al menos entre las grandes. Esta cifra se estipulaba en un 2%, en 2010.

La estructura de PYMES característica del tejido empresarial español a buen seguro que hará que estas cifras sean distintas a las que venimos conociendo para el mercado europeo y las reglas que configuran las políticas, posiblemente mucho más sencillas que las que caracterizan al general de las compañías europeas. En todo caso, se trata de tendencias que conviene tener en cuenta, mucho más cuando conocemos que la implementación de una política de viajes racionalizada puede suponer a las organizaciones, ahorros de hasta el 20% de sus presupuestos anuales en desplazamientos corporativos.

©GEBTA, Alicia Estrada, 2012.



*Los principales datos de esta publicación han sido extraídos del estudio 'Gestión, GEBTA Foundation, Paris, 2012'



LO PIDES, LO TIENES

Comodidad, frecuencia, precio y flexibilidad: así es nuestra forma de entender los vuelos de negocios. Por eso, volamos siempre a aeropuertos principales, con más de 600 rutas por toda Europa, te ofrecemos billetes flexibles que te permiten cambiar la fecha de vuelo sin tarifas adicionales y todo, por supuesto, al mejor precio.

Y además, desde este mes de noviembre, te asignaremos un asiento en el momento de la compra. Y podrás elegir el que prefieras en las primeras filas, sin coste añadido*.

Consulta en tu agencia GEBTA.



business by
easyJet

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

