

# Viajes de negocios más productivos

CLAVES PARA LA MEJORA



## Viajes de negocios más productivos



### ¿Cuál es la clave para que los viajes de negocios resulten más productivos?

Hay margen para mejorar la productividad en los viajes de negocio. Esta es una de las principales conclusiones que nos presenta el "II Estudio sobre Hábitos y Tendencias de los viajes de negocio en España (2013)".

El dato resulta muy significativo: **más de un 25% de los viajeros considera que si su empresa mejorase las condiciones en las que vuela, se incrementaría su rendimiento y productividad.**





¿Por qué sólo un 23% de los viajeros trabaja siempre durante los trayectos, mientras que un 64% sólo lo hace ocasionalmente y un 13% no trabaja nunca?

La lectura de los motivos que recoge el estudio es muy reveladora: **falta de espacio (32%), falta de intimidad (13%) y horarios inadecuados (11%), son las principales razones, que vienen a mermar la productividad.** En definitiva, las condiciones que viene a reclamar el viajero de empresa, pueden asociarse con lo que denominaríamos el "workcenter", esto es, un entorno propicio para trabajar, en sentido amplio.





Si además tenemos en cuenta que las empresas están viajando cada vez más, y más lejos, y que a su vez el número de viajeros por empresa no aumenta, es evidente que esos mismos viajeros están soportando de media una mayor frecuencia en el ritmo de los viajes, a menudo a destinos cada vez más lejanos.

Todo ello conlleva una mayor presión y carga en el viajero de negocios, cuyo resultado es el incremento de la fricción o estrés.

■ Principales factores responsables de fricción/stress





## ¿Qué entendemos por fricción en viajes de negocios?

El estrés o fricción de los viajes son en definitiva aquellos **impactos negativos que generan los desplazamientos sobre las personas, cuyo exceso puede llevar, en última instancia, al desarrollo de una especie de resistencia al viaje.**





¿Es compatible minimizar la fricción de los viajes y el aumento de la productividad con el hecho de que las empresas continúen manteniendo el foco en la reducción del gasto? ¿En base a qué criterios pueden las empresas absorber un eventual cambio en sus políticas de viajes con el objetivo de mejorar de las condiciones en las que éstos viajan?

Un reciente estudio de CWT nos da la clave para responder a dichas preguntas: el tiempo perdido durante los viajes de negocio es un coste oculto para las empresas. **El tiempo perdido de media se estima en 6,9 horas por viaje, que corresponderían a un coste total de 662 US \$ de media.**





Es evidente que las empresas no pueden eliminar todos los factores que generan pérdidas de tiempo, pero ciertamente tienen capacidad para incidir sobre muchos de ellos, con el objeto de mejorar la productividad y el retorno de los viajes de negocio. Es más, tienen incluso la responsabilidad de hacerlo, máxime, cuando **es el propio viajero quien al ser consultado nos indica que precisa que su empresa le proporcione un entorno de "workcenter", para ser más eficiente.**

El tiempo de desplazamiento en los viajes de negocio forma parte del tiempo de trabajo de los empleados. Por este mismo motivo, es razonable esperar que las empresas faciliten que sus empleados puedan aprovechar al máximo el viaje, en toda su dimensión; de este modo se favorece el incremento del rendimiento y la productividad, y por consiguiente un aumento del ROI del viaje en su conjunto.





¿Es más rentable para la empresa asumir las horas perdidas en el viaje de sus empleadas calculadas a coste real total para la compañía, o el sobrecoste de ofrecer unas condiciones de viajes o un cambio de política, que faciliten un mejor aprovechamiento del tiempo?

No hay ahorro ni gestión eficiente, si nuestros viajeros llegan a su cita agotados y mermados de facultades, o si han pasado tres horas de vuelo sin más lectura posible que el periódico o el inflight magazine de la aerolínea, porque no han podido desplegar los documentos de su propia compañía.

La competitividad de las empresas pasa indefectiblemente por la mejora de la productividad. **No descuidemos los costes ocultos que pueden esconderse tras un falso ahorro en los viajes.**

© GEBTA, 2013. Marcel Fornes



## DÉ ALAS A SUS NEGOCIOS

Turkish Corporate Club le provee de los beneficios exclusivos que Turkish Airlines le proporciona a su empresa y sus trabajadores. Con este programa podrá obtener descuentos especiales, cambios de fechas y rutas sin penalizaciones adicionales. Sus trabajadores disfrutarán de una franquicia adicional de equipaje incluso viajando en clase turista y podrán acumular millas durante sus viajes. El programa Turkish Corporate Club le proporciona una solución a medida para satisfacer sus necesidades.



Los beneficios del programa Turkish Corporate Club pueden diferir según el país de origen de la empresa y el volumen de producción aérea. Por favor contacte con el equip de Turkish Airlines en España a través de la dirección: [tcc.es@thy.com](mailto:tcc.es@thy.com) para más información.



Europe's  
Best Airline

Mejor Línea Aérea De Europa Turkish Airlines  
Premios Skytrax A Las Mejores Aerolíneas  
Mundiales 2013 Ganador

*Globally Yours*

**TURKISH  
AIRLINES** 

**GEBTA**



GUILD OF EUROPEAN  
BUSINESS TRAVEL AGENTS

[www.gebta.es](http://www.gebta.es)

Blog: [www.gebta.blogspot.com](http://www.gebta.blogspot.com)

Email: [contacto@gebta.es](mailto:contacto@gebta.es)

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

Tel: +34 934 105 900

