

LA LLAVE DEL ÉXITO

Encontrar la llave de la cerradura que abre la puerta del éxito no es fácil en el gran llavero de la información que recibimos. Por eso apostamos por la infografía como soporte para presentar información clara y concisa que nos permita avanzar gracias a los análisis de las tendencias y mejorar con procesos optimizados.

Por **Vincent Richeux**

La palabra “crisis” forma ¡por fin! parte del pasado en España. Quizá no sea el caso si observamos la coyuntura económica en la que se encuentran algunos países de Latinoamérica. Sin embargo, podemos afirmar que el término ha dejado de ser paralizante y la industria ha sabido adaptarse a unas consecuencias que ya son premisas que definen el sector.

Entre ellas, la necesaria optimización del gasto, que nació con la recesión y hoy es una necesidad que en realidad debió instaurarse hace mucho tiempo: de la mano de la tecnología es mucho más sencillo controlar y analizar la inversión. Ya no hay excusas para aplicar soluciones automatizadas a un componente básico de esta industria.

Futuro tecnológico... sí o sí

Cualquier análisis de tendencias coloca en primer lugar el uso creciente de la tecnología móvil y no hay aspecto relacionado con la industria MICE que escape a ello. No solamente es el camino para evitar el fraude, también los errores y las pérdidas de tiempo en la gestión de gastos. El futuro apunta a la

necesidad de discernir qué herramientas conviene utilizar: el futuro son las *apps all-in-one* que permitan gestionar muchos aspectos a la vez y emitir automáticamente informes que permitan analizar lo sucedido.



No es la única tendencia que marcará nuestra industria: anticipar realidades como la personalización de los viajes, el aumento en el uso de rastreadores o el recurso a la economía colaborativa nos ayuda a no perder el tren del desarrollo. Porque un buen conocimiento del sector significa eficacia en la gestión.

Encontrar la llave

No es fácil encontrar la llave de la cerradura en el gran llavero que son las redes sociales, los medios especializados, los informes de proveedores, los análisis de los especialistas... por eso apostamos por las infografías como soporte que aporta datos valiosos de manera clara y resumida.

Aunque no todas las que nos llegan son de calidad, muchas esconden tras la promoción de quien las elabora información de gran valor para seguir adelante sin quedarse atrás.

Gasto + optimización = informes bien elaborados

Un mal proceso de gestión de los informes de gastos de viaje o evento puede conllevar numerosas fugas de recursos. Identificar las necesidades básicas en cada fase es el primer paso para la optimización

1 Fase de planificación: a la hora de comprar y/o reservar

EVITAR empresas que no figuren en la lista de proveedores

2 Fase de reporte: evitar el "hecho a mano"

● NO a los informes manuales

El tiempo requerido para generar informes de gastos es demasiado elevado y una tarea con nulo valor añadido

● Reducir la posibilidad de error

La introducción manual de información sobre gastos es fuente de errores

● NO al fraude

La percepción de falta de control puede favorecer los abusos

3 Fase de supervisión: archivo de documentación

● Mantener un archivo de los justificantes de gastos conlleva tiempo, pero es necesario por requerimiento legal

● Es imprescindible disponer de los justificantes para recuperar el IVA

● Revisar si los gastos reportados cumplen con las políticas de gastos de la empresa/cliente

● Comprobar que cada representante ha compartido todos sus gastos

4 Fase de administración (o el interés de una herramienta)

● Facilidad a la hora de contabilizar

Si la gestión de gastos no se realiza como parte de un proceso integrado, será necesario introducir los datos más de una vez en distintos sistemas, con el consiguiente sobrecoste de tiempo y aumento de la posibilidad de error

● Capacidad de análisis

Disponer de varias fuentes de gastos de viaje dificulta una visión global de la inversión. Esto provoca que se pasen por alto oportunidades de mejora y se reduzca el poder de negociación con los proveedores



¿Hacia dónde va la industria MICE?

Mayor personalización de viajes y servicios

- Para los viajeros es el tercer aspecto más importante a la hora de desplazarse
- Cómo hacerlo:

1. Análisis de *big data*

2. **Servicios complementarios al viaje:** primer aspecto en importancia para los viajeros de negocios

3. **Redes sociales:** en 2014 los viajeros dejaron 150 millones de opiniones en Tripadvisor



Mayor uso de rastreadores

- El 81% de los *travel managers* considera fundamentales los rastreadores de tarifas
- Ya existen buscadores específicos más allá del precio, como los que buscan las mejores tarifas flexibles



Introducción de nuevas soluciones de pago

- El 69% de los *travel managers* considera necesario el pago virtual: se reduce el fraude, se simplifican los procesos y se consolidan los gastos



Incremento del uso de tecnología móvil

- Es la primera tendencia señalada por los *travel managers* y segunda por los viajeros profesionales
- Habrá más desarrollo de *all-in-one* "power apps": una aplicación móvil única para varios aspectos del viaje
- Será imprescindible discernir qué aplicaciones utilizar (existen más de 70.000 *apps* de viajes en App Store)

Extensión de la economía colaborativa

- El 32% de los *millennials* utiliza este tipo de soluciones para el transporte terrestre
- El 15% de los viajeros profesionales recurre a este tipo de alojamiento durante sus desplazamientos
- Airbnb ha creado productos específicos para este público: ¿ha estudiado ya la inclusión en su política de viajes?

