RADIOGRAFÍA DEL TRAVEL MANAGER

ESPANOL



n el afán de la Asociación por poner a disposición de los miembros toda aquella información útil para su práctica profesional, el Observatorio de IBTA se

nal, el Observatorio de IBTA se encarga de realizar estudios, barómetros y análisis del sector por iniciativa propia o a petición particular de empresas interesadas. En enero de 2016 se ha realizado una encuesta para averiguar cómo es el Travel Manager español actual y puesto que en el 2012 ya se realizó el mismo estudio, se presenta una oportunidad para comparar su evolución en los últimos tres años de este sector tan dinámico y cambiante.

MUJER, LICENCIADA, CON ESTUDIOS DE POSGRADO Y NIVEL DE DECISIÓN ALTO A LO QUE A VIAJES SE REFIERE, ADEMÁS DE RESPONSABILIDADES MICE EN EMPRESA INTERNACIONAL, DIFÍCIL DE ENCASILLAR EN UNA CATEGORÍA PROFESIONAL ESPECÍFICA Y GRATAMENTE SATISFECHA DE SU TRABAJO. ASÍ PODRÍA SER EL RETRATO ROBOT DEL TRAVEL MANAGER ESPAÑOL ACTUAL.

London City Airport y Diners Club han apoyado desde un principio a la Asociación y han hecho este estudio posible. IBTA agradece de igual modo a los 80 Travel Managers que han dispuesto de su preciado tiempo para responder y participar en la encuesta. Puesto que se lanzó el 22 de diciembre, tenemos datos muy recientes.









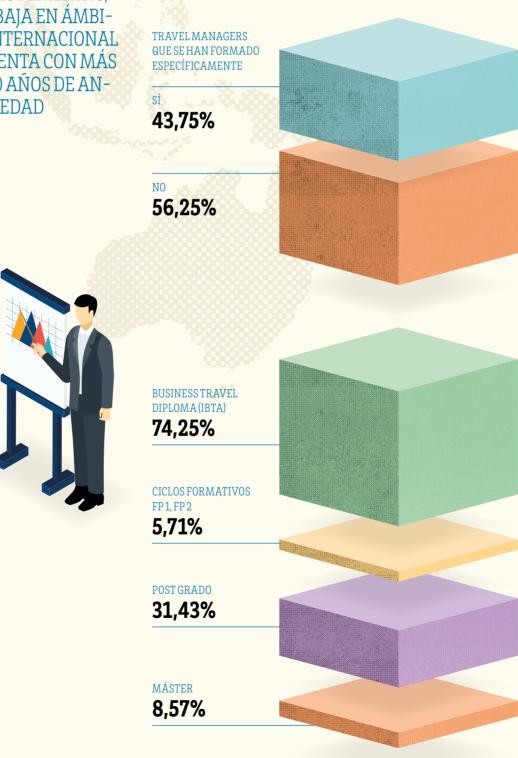
PERFIL GENERAL **DEL TRAVEL MANAGER**

El **perfil** del Travel Manager es claramente **femenino**, con un 79% de mujeres frente a un 21% de hombres, datos muy parecidos a la encuesta realizada en el 2012 con porcentajes del 80% y el 20% respectivamente. Resultados también análogos en ambos estudios son los que revelan el tipo de **empresa** en la que trabaja el encuestado, con un promedio del **80%** en **ám**bito internacional y más de 10 años de antigüedad en el puesto. Sobrada experiencia, conocimiento y rodaje en la gestión de viajes. Lo que demuestra que los gestores de viaje españoles son competentes en sus funciones con una experiencia más que probada.

El dato obtenido sobre la formación académica de los Travel Managers es muy relevante. Si la suma de los perfiles de licenciatura, posgrado y Master sigue similar al de años atrás, con un 70% aproximado, cabe destacar el aumento de la formación específica por la que han optado muchos gestores de viaje. Ha habido un aumento del 10% posicionándose de un 33% del 2012 al 43% actual de aquellos Travel Managers que sí se han formado específicamente para la gestión de viajes. Asimismo, los que respondieron afirmativamente, más del 70%, detalló haber acudido a los cursos del Business Travel Diploma que organiza IBTA anualmente. Denota una actitud proactiva en la formación específica para el cargo que se ejerce y que de alguna manera la Asociación pone herramientas que se usan y sirven para ayudar al colectivo a desarrollarse profesionalmente.

EL PERFIL GENERAL DEL TRAVEL MANA-GER ES FEMENINO, TRABAJA EN ÁMBI-TO INTERNACIONAL Y CUENTA CON MÁS DE 10 ANOS DE AN-TIGÜEDAD

GRÁFICO 1 TIPO DE FORMACIÓN ESPECÍFICA **DE LOS TRAVEL MANAGERS**



PERFIL. **PROFESIONAL Y ACTIVIDADES EN LA EMPRESA**

La categoría profesional que tiene el Travel Manager actual dentro de las compañías es diversa; los resultados son muy variados. En **mandos intermedios** es donde saca la graduación más alta con un **31,25%**, y progresivamente las opciones escogidas son en **puestos** técnicos, con un 28,75%, en áreas de secretaría con un 23,75%, cualificado en un 9% y un 7,5% en cargos directivos.

No existe como tal un departamento propio, por lo que aparecen distribuidos en una disparidad de áreas. En primer lugar, con un 31,25%, aparecen mayoritariamente situados en el departamento de Servicios Generales, en

PERFIL PROFESIONAL DENTRO DE LA EMPRESA

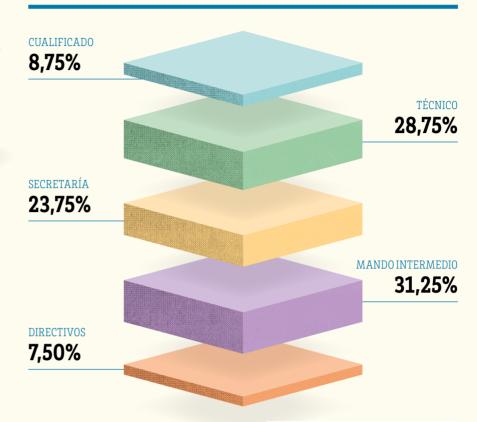
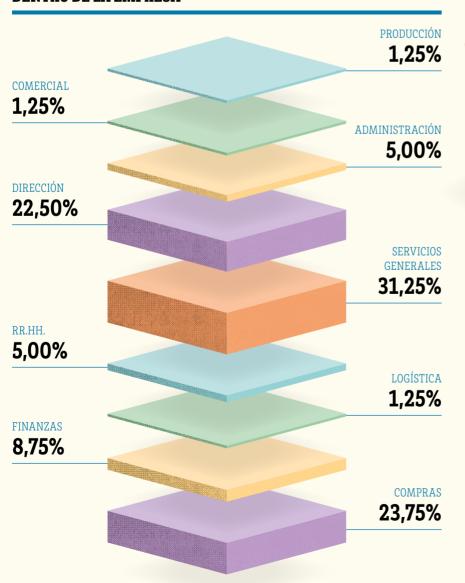


GRÁFICO 3 ÁREA DE ACTIVIDAD (DEPARTAMENTO) **DENTRO DE LA EMPRESA**



segundo puesto aparecería con un **23,75%** en el **Departamen**to de Compras, y en tercer lugar, con un porcentaje parecido, un 22,5%, estarían en Dirección. El resto de departamentos presentan porcentajes poco significativos y sumarían el 22,5% de porcentaje restante: Finanzas (8,75%), Administración (5%), RR.HH. (5%), Producción (1,25%), Comercial (1,25) y Logística (1,25%).

En cuanto al nivel de autonomía que dispone en la toma de decisiones en business travel encontramos que un **57%** tiene un **nivel** muy alto, un 40% medio y solo un 3% considera tener un poder de decisión bajo. Por lo que en comparación con el estudio anterior, el gestor de viajes español sigue teniendo un nivel de decisión alto (sumaba un 96,8% el nivel de decisión alto y medio en el estudio del 2012).

La pregunta ¿A cuántos empleados supervisa el Travel Manager? nos revela que el Travel Manager sigue trabajando con el mismo número de personas que hace tres años con un **35%** para grupos de más de ocho personas (un 32% en 2012), un 30% con grupos **de una a tres** personas (26% en 2012), un 27% con ninguna otra persona (32% en





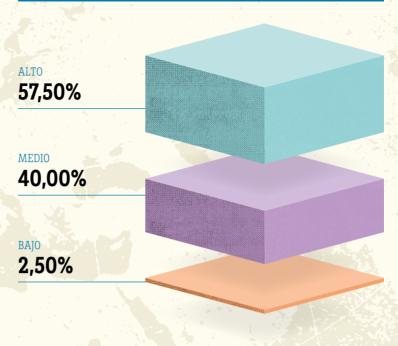
2012) y por último un 8% responde que supervisan a grupos de cuatro a siete personas (un 12% en 2012).

Puesto que la disparidad de departamentos en los que se distribuye en trabajo del gestor de viajes es evidente, ante la pregunta ¿Compaginas la función de Travel Mánager con otras responsabilidades?, la gran mayoría (un 83,57%) responde que **sí** las **compagina**; de modo similar al estudio de 2012 en el que el 79% de los Travel Managers no ejercían sus funciones con dedicación exclusiva y las compaginaba con responsabilidades propias de su departamento.

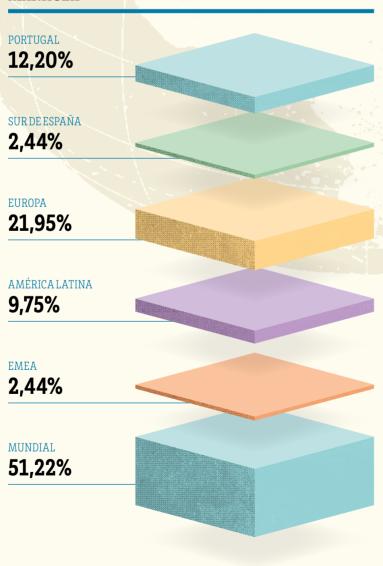
En el 2012 casi la mitad de los Travel Managers (47,6%) tenían responsabilidades internacionales, especialmente en el ámbito euroEL NIVEL DE AU-TONOMÍA DEL TRAVEL MANAGER ES MAYORITARIA-MENTE (97%) DE ALTO A MEDIO.



GRÁFICO 4 NIVEL DE AUTONOMÍA DE DECISIÓN



RESPONSABILIDAD INTERNACIONAL DEL TRAVEL MANAGER



TRANSCU-**RRIDOS TRES ANOS YA SE** VE UN LIGERO **AUMENTO DEL 6,4% EN GESTIONAR** PAÍSES LATI-NOAMERICA-NOS.

peo (60%). En el estudio reciente desciende cuatro puntos la responsabilidad internacional con un 43,75%. La asignatura pendiente y oportunidad de crecimiento para un futuro próximo era América Latina, ya que solamente el 3,3% tenía responsabilidades en estos mercados. Transcurridos tres años ya **se ve un ligero aumento del** 6,4% (un 9,76% responden actualmente en tener responsabilidades en Latinoamérica) en **gestionar** países latinoamericanos.

La opción 'a nivel mundial' que ha sido la mayoritariamente escogida en ambos estudios y, Europa en general, es el territorio más comúnmente gestionado por los encuestados. Esto revela que el 51,22% de las decisiones a nivel mundial de las empresas encuestadas se **realizan desde aquí**, desde España, dada la creciente actividad internacional de nuestras empresas.

Dentro de la toma de decisiones de la gestión de viajes el 62,5% de los Travel Managers encuestados en diciembre no están sujetos a acuerdos o políticas fijadas desde una oficina central en otro país, con respecto al 37,5% que sí lo está. Significa un aumento de casi el 4% con respecto a hace tres años en los que el 58,7% tampoco lo estaban, a pesar de que la mayoría



(84,1%) trabajaba en empresas de ámbito internacional.

Un 35% de los Travel Managers asegura gestionar directamente los viajes de incentivos y las convenciones de sus empresas y el 28%, en coordinación con otros departamentos. Por lo que solo el 37,5% de los Travel Managers dicen no tener ninguna vinculación con la gestión de este tipo de eventos. Datos casi idénticos a los del estudio pasado, por lo que la responsabilidad en MICE por parte del Travel Manager prosigue.

En cuanto a la actividad principal del Travel Manager podemos advertir que el 49,37% todavía no utiliza sistemas de auto-reserva e incluso algo más que hace tres años (en el anterior estudio el 44,8%). Destaca un porcentaje muy alto, del 76,25%, que demuestra que la mayoría de las empresas trabajan con una única agencia de viajes, y el 63,16% de estas, disponen de in-plant. Un porcentaje también muy alto, un 87,50% afirma negociar directamente con proveedores clave.

Este nuevo estudio demuestra un **ligero aumento** (de un 3% ESTE NUEVO ESTUDIO
DEMUESTRA
UN LIGERO
AUMENTO DE
LA ELABORACIÓN PROPIA
DE LAS POLÍTICAS DE
VIAJE CON
RESPECTO AL
ANTERIOR

GRÁFICO 6 ACTIVIDADES PRINCIPALES EN EL DESARROLLO PROFESIONAL

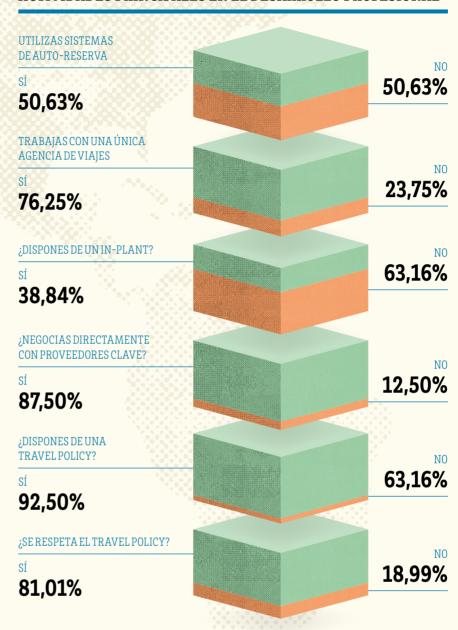
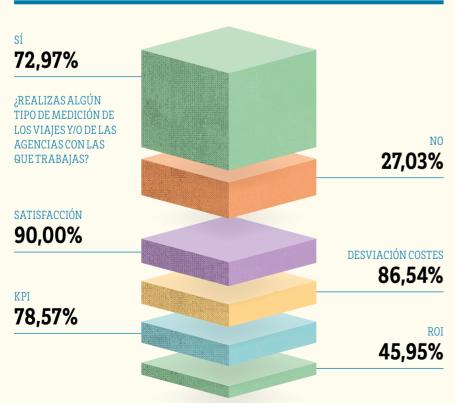


GRÁFICO 7 MEDICIÓN A POSTERI DE LOS VIAJES



DESTACA UN
PORCENTAJE MUY
ALTO, DEL
76,25%, QUE
DEMUESTRA
QUE LA MAYORÍA DE LAS
EMPRESAS
TRABAJAN
CON UNA
ÚNICA AGENCIA DE VIAJES

aprox.) de la **elaboración propia de las Políticas de Viaje** con un 92,5% con respecto al anterior (un 85%). Y si antes el 96,2% consideraba que se respetaba estas Políticas de Viaje Internas, hoy solo lo hace el 81%.

Un tema importante a tener en cuenta en ambos estudios es la medición de los viajes a posteriori de su realización desde varios apartados. El porcentaje de aquellas empresas que lleva a cabo esta medición es alto, un 72,97% (en 2015). Los indicadores más utilizados siguen siendo la satisfacción del cliente (90% y 92,7%, años 2015 y 2012, respectivamente), la desviación **de costes** (86,54% y 86,2%, 2015 y 2012 respectivamente) y los KPI. La asignatura pendiente sigue siendo la medición del





ROI, que se resiste tanto ahora con un 45,95% como en el 2012, con un 46,2%.

Respecto a las herramientas y sistemas específicos para mejorar la gestión de los viajes de empresa, el 76,92% indica que dispone de alguno en comparación al 74,5% que lo afirmaba hace tres años. **Destaca la** concentración de proveedores preferentes (87,69% en 2015) y **la antelación** en **las reservas** y precios restrictivos (87,30% en 2015 y 81% en 2012). Se mantienen los procesos de Workflow interno y externo empresa-agencia (77,78% en 2015 y 74,3% en 2012).

Los Travel Managers se orientan positivamente en la utilización de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) ya que el **81,33%** afirma promover su uso como método para reducir los gastos de viaje, en especial las videoconferencias con un 93,65%, chats con un 82,5% (un aumento considerable respecto al 58,6% del 2012) y telefonía sobre IP.

Relacionado con la aplicación de las TIC, se les preguntó a los Travel Managers si la empresa contaba con un Sistema de Facturación Electrónica de los cuales el 73% respondió afirmativamente, el 45% basado en la recepción de Facturas vía internet (PDF) y el 28% con implantación de sistemas integrados de Facturación Electrónica (ERP) como tal.





PRIORIDADES EN LA GESTIÓN DE **VIAJES**

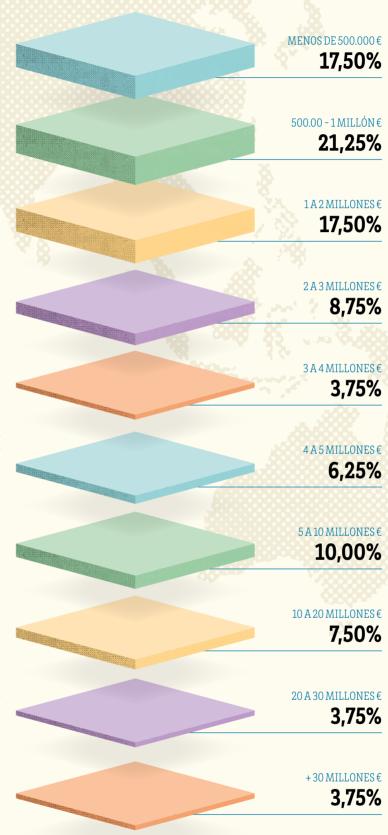
En cuanto a la valoración de las prioridades actuales de la gestión de viajes de los Travel Managers quedó en primer lugar el ahorro en transportes aéreos y terrestres, en segundo lugar, preservar el cumplimiento de la política de la política de viajes, y en tercer lugar estaría reñido entre la mejora de la satisfacción y experiencia del cliente interno y satisfacer las necesidades de protección y seguridad el ahorro en transportes aéreos y terrestres.

PRESUPUESTOS

En 2012 el 54% consideraba que se había producido una disminución debido mayoritariamente a la crisis económica, y en la encuesta actual, **un am**plio 38,75% cree que el gasto en viajes corporativos y MICE va a ser mayor o al menos igual que el 2015 en un 41,25%, por tanto las expectativas generales son de mejora.

Respecto al presupuesto anual del 2012, el 47,6% disponía de un importe que oscilaba entre menos de 500.000 euros y hasta de 1 millón de euros. Con las cifras que manejamos ahora, la encuesta revela que han disminuido los presupuestos de menos de 500.000 euros en compensación de los de más importe, y sigue siendo el de 1 millón a 2 millones el más común, con el 21,25%, seguido del de 2 a 3 millones de euros, con un 17,50%.





LAS PRIORIDADES ACTUALES DE LA GESTIÓN DE VIAJES DE LOS TRAVEL MANAGERS QUEDÓ EN PRIMER LU-GAR EL AHORRO EN TRANSPORTES **AEREOS Y TERRESTRES**

USO DE LAS TARJETAS DE **CRÉDITO**

Diners Club propuso indagar en el estudio sobre el complejo y variado uso de la tarieta de crédito en el ámbito de la empresa y de la gestión de viajes. De las preguntas realizadas se reafirmó el hecho que la tarjeta de crédito es el método más habitual para la compra de viajes puesto que solo el 6,41% asegura no utilizarla.

Respecto a la contratación de seguros de viaje, los Travel Managers la realizan en su mayoría con un 70,27%. El 88,68% lo hace a través del seguro de la tarjeta de crédito, el 69,57% contrata un seguro de asistencia de viaje, el 54% contrata el seguro de la agencia de viaies y sube, con respecto a años atrás, la contratación del seguro médico (del 54,5% en 2012 al 69,44% actualmente).

Otro de los principales patrocinadores de este estudio, London City Airport, ha querido aportar una sugerencia para averiguar si la proximidad y el tiempo ahorrado en los desplazamientos de viaje son más apreciados que la tarifa. Ante la pregunta ¿Es la duración (tiempo) "puerta a puerta", un factor

SUBE, CON RESPECTO A AÑOS ATRÁS. LA CON-TRATACIÓN **DEL SEGURO MÉDICO**



GRÁFICO 9 CONTRATACIÓN DE SEGUROS DE VIAJE

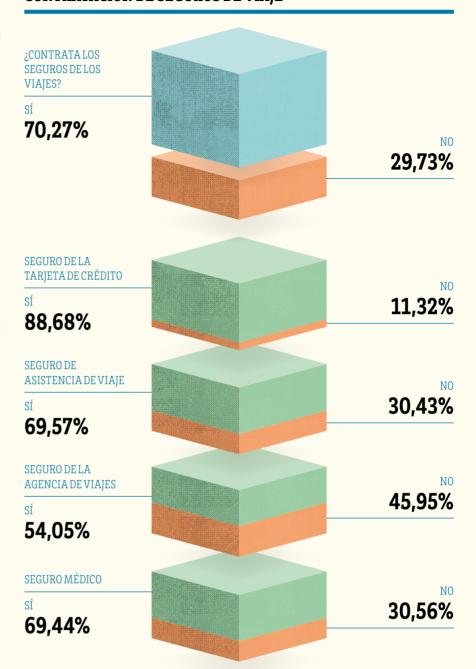
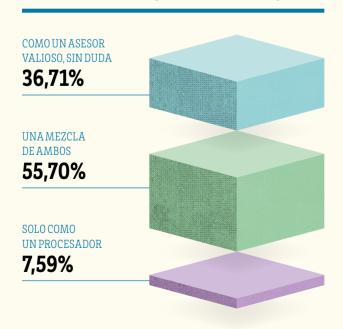


GRÁFICO 10

VALORACIÓN PROPIA DE LA LABOR DEL TRAVEL MANAGER EN LA EMPRESA



UN 43% RESPON-DE QUE SIEMPRE TIENE EN CUENTA LA PROXIMIDAD Y TIEMPO AHORRADO CON RESPECTO A LA TARIFA DEL DES-**PLAZAMIENTO**



clave en la planificación de un viaje de negocios?, la respuesta es mayoritariamente afirmativa: un 43% responde que siempre lo tiene en cuenta, el 45%, algunas veces y un 12% que no lo toma en consideración.

Ante la satisfacción profesional de los Travel Managers españoles es grato saber que **a la** mayoría (93,75%) le satisface su trabajo mucho (66,25%) o bastante (27,5%). Y la mayoría de ellos se ven mezcla de un valioso asesor de viajes para sus clientes internos con un procesador de elecciones de viaje y reservas en un 55,70%, frente a un 36,71% que se ve



exclusivamente como un asesor valioso o un 7,59% que se ve como un procesador.

El 64,47% de los encuestados son miembros de IBTA por lo que es muy relevante aquellos servicios que más valora de la Asociación. Un 46% de los encuestados coincidieron en que los estudios de mercado eran los servicios más valorados, seguidos por las **página web de IBTA y** TravelManager, Sus newsletters, la revista TravelManager y también altamente valorado ha sido la Guía de proveedores que ha publicado IBTA el pasado año y el Congreso Nacional anual.

EL GESTOR DE VIAJES ESTA EN DEPAR-**TAMENTOS** DIFERENTES. CON CATE-GORÍAS PRO-**FESIONALES** DIFERENTES. PERO SOBRE **BUSINESS** TRAVEL TIENE UNA CAPACIDAD DE DECISIÓN ALTA

CONCLUSIONES:

Diners Club

A grandes rasgos podemos advertir que el Travel Manager español es mayoritariamente femenino, con sobrada formación académica y experiencia profesional. Con un amplio conocimiento y formación adicional específica, muchos a través de los cursos propuestos por IBTA.

El gestor de viajes está en departamentos diferentes, con categorías profesionales diferentes, pero sobre business travel tiene una capacidad de decisión alta. Ha ganado responsabilidades en su asignatura pendiente, América Latina, pero desciende ligeramente con respecto al estudio anterior, la responsabilidad de gestionar a nivel internacional.

A pesar de la aceptación positiva de las TIC, el Travel Manager no aprovecha la potencia de los mismos ya que únicamente el 51% utiliza un sistema de autoreserva, en espacial quizás por el impacto futuro que tendrá la integración de los Smartphones y de los sistemas de gestión de viajes personales. Aumento considerable de los chats para ahorrar en costes de viajes.

En cuanto a presupuestos, las expectativas generales son de mejora. Los datos actuales revelan que disminuyen los presupuestos de menos de 500.000 euros en compensación de los de más importe, con respecto al estudio anterior, que se realizó en situación económica difícil.

Es importante concluir con la alta satisfacción general de los Travel Managers con su labor, puesto que aunque su trabajo presenta dificultades y responsabilidades, es a su vez muy enriquecedor.

IBTA debe seguir en su labor de asistir y enriquecer a nivel profesional prestando todos los servicios posibles al gestor de viajes, que ya sabemos con seguridad que los utiliza para formarse e informarse.



A PESAR DE LA ACEPTA-CIÓN POSITI-VA DE LAS TIC. **ELTRAVEL MANAGER NO** APROVECHA LA POTENCIA DE LOS MIS-MOS YA QUE UNICAMENTE EL 51% UTILI-ZA UN SISTE-MADEAUTO-RESERVA

