

» HOTELES

Las empresas pueden reducir un 21% el gasto de hotel con 7 medidas



Aplicando siete medidas básicas, las empresas pueden reducir el gasto de hotel en un 21%. Esto es lo que asegura Carlson Wagonlit Travel (CWT) tras analizar las conclusiones de un estudio llevado a cabo por su departamento de investigación.

Según el CWT Travel Management Institute, el gasto en hoteles supone de media el 40% de todo el presupuesto de los viajes corporativos de una empresa, pero a menudo esta cifra se calcula a la baja y se gestiona incorrectamente.

Según Christophe Renard, vicepresidente de CWT, Business Intelligence, la complejidad del mercado hotelero, con miles de hoteles de cadenas y otros independientes, y tarifas que varían en función de muchas variables, dificulta especialmente la optimización del gasto relacionado si no se hace un enfoque metódico.

‘No obstante, las empresas pueden superar esta complejidad y gestionar su gasto hotelero de forma eficaz diseñando y aplicando un programa que responda a las necesidades de los viajeros, negociando hábilmente con hoteles preferentes y haciendo un seguimiento continuo del rendimiento’, afirma Renard.

Los siete pasos que, según CWT, ayudan a las empresas a obtener ahorro son interdependientes. Lo primero es contar con todos los detallados de coste de la estancia, para calcular el gasto con precisión.

Después, hay que entender las necesidades y el comportamiento de los viajeros que, al contrario de lo que popularmente se cree, dan más importancia a la proximidad de un hotel a su lugar de trabajo que a la categoría del mismo, a no ser que se trate de estancias largas.

En tercer lugar, el estudio recomienda obligar a los empleados a utilizar hoteles y canales de reserva preferentes. Por ejemplo, elegir la herramienta de reserva por Internet corporativa y la misma empresa de gestión de viajes para todos puede suponer tarifas un 18-21% más baratas.

Los viajeros deberán contar también con directrices claras sobre qué gastos se les reembolsarán, y utilizar la tarjeta de crédito corporativa siempre que sea posible, para controlar mejor del gasto hotelero.



En cuarto lugar, el estudio recomienda que las empresas negocien un acuerdo hotelero preferente cuando el gasto sea de más de 10.000 dólares estadounidenses en una misma cadena. A este acuerdo ayuda que los hoteles preferentes sean cada año los mismos.

Negociar de forma eficaz, según el volumen de gasto de la empresa, es el quinto consejo. Cuando es especialmente alto, por ejemplo, puede ser más conveniente negociar un acuerdo a nivel de propiedad concreta que con la propia cadena hotelera.

También se pueden negociar cláusulas de disponibilidad de última habitación, que significa que los hoteles deben ofrecer la tarifa negociada incluso cuando sólo haya disponibles habitaciones del tipo negociado.

Es importante que los viajeros cumplan la política de viajes establecida por la empresa. Para ello deben contar con un fácil acceso a la lista de hoteles preferentes, así como a una herramienta de reserva en línea corporativa fácil de usar, y los asesores de viajes en el punto de venta deberán estar autorizados a exigir el cumplimiento de estas normas.

Por fin, el séptimo punto aconseja realizar un seguimiento del rendimiento. No sólo en lo que se refiere a contratación sino también a cumplimiento de los viajeros y rendimiento hotelero.



Según el estudio, es especialmente importante que se realicen auditorías de la carga de tarifas de GDS (sistema de distribución global) varias veces, sobre todo al inicio del programa hotelero, ya que los errores están más extendidos de lo que se piensa.

Una auditoría inicial hecha por CWT a los programas hoteleros de cinco empresas reveló que sólo el 50% de las tarifas negociadas se cargaban correctamente por los hoteles.

También es importante realizar auditorías regulares de las tarifas, ya que ayudan a

garantizar que los hoteleros respetan sus acuerdos y a identificar a los viajeros que se alojan en habitaciones de categoría superior a la autorizada.

Para realizar el estudio, que puede consultarse **completo en la web** de CWT, se combinaron varias técnicas de investigación entre mayo de 2008 y enero de este año.

Se recibieron encuestas por Internet de 101 gestores de viajes de empresa de todos los tamaños y de diferentes sectores de todo el mundo, así como de 5.016 viajeros corporativos y organizadores de viaje, y se realizaron entrevistas a profesionales y análisis de los datos de las tarjetas de crédito, entre otros.

Expreso. Redacción. A.B.

» NOTICIAS

- transporte
- agencias
- españa
- internacional
- hoteles
- gastronomía
- biblioteca
- agenda
- agenda profesional
- bazar



» DESTINOS

- a bordo
- callejeando
- descubre
- sabores
- con reserva
- azul marino
- edición limitada
- de negocios

» POR MAPA



» UTILIDADES

- para el viajero
- colegas

