

Tourism & Leisure

Just another WP Blogs weblog

BLOG

AUTORES

18
Nov

BUSINESS TRAVEL: PRESENT AND FUTURE

Escrito el 18 Noviembre 2009 por Antonio López de Avila en AAW / TTOO, Aula Abierta Turismo y Ocio, Encuentros

Ayer tuvimos la oportunidad de contar en el Tourism Leaders Forum del IE Business School con **Marino Faccini, Presidente-Director General de Carlson Wagonlit Travel España y Vicepresidente Ejecutivo para las Zonas Mediterránea y Latinoamericana**, uno de los grandes actores internacionales del sector.

Bajo el título "**Business Travel in Spain, Europe and around the world: Present and Future**", Marino Faccini analizó el sector de los viajes corporativos ("business travel"), las tendencias que se aprecian en el mercado, los cambios de hábitos en la mayoría de empresas en relación con los viajes de negocio y la situación económica internacional, que tanto influye en la marcha de este segmento.

El Sr. Faccini compartió con los presentes la necesidad de las empresas de "business travel management" de girar en torno a **cuatro ejes fundamentales**:

- Servicios al viajero y Gestión de las Transacciones
- Optimización del programa de viajes para reducir al máximo el impacto en las empresas clientes
- Asistencia y Seguridad a los viajeros de negocios en cualquier país de destino y con múltiples servicios añadidos, que aportan gran valor al cliente internacional
- Gestión de reuniones y eventos

Además, presentó y comentó los resultados de la encuesta realizada a 178 gestores de viaje en todo el mundo en octubre de 2008 por el CWT Travel Management Institute y los resultados de un estudio propio sobre la situación del mercado español.

Encontraréis [aquí](#) su presentación completa.

Si algo nos quedó claro de la charla del Sr. Faccini, es que en estos momentos, más que nunca, vivimos en una época de gran incertidumbre. Nadie se atreve a decir cómo se comportará el mercado de Business Travel en 2010, aunque la aparente salida de la crisis económica internacional, brinda ciertas esperanzas de que sea mejor que 2009, el "annus horribilis".

Por otra parte, estos dos últimos años de crisis han provocado una revisión general del modelo y un cambio generalizado en los hábitos de los clientes. Hablamos de reducción de viajes, revisión y optimización de los programas de viajes, mayor disciplina en su cumplimiento y mayor control de los gastos, uso generalizado de la tecnología y gestión de herramientas de "telepresencia" como sustitutivos de muchas reuniones – principalmente internas –, etc.

Muchos de estos nuevos hábitos han venido para quedarse y otros, una vez vuelvan los tiempos de bonanza, puede ser que se retomen como viejos "buenos" hábitos (business class, hoteles de gama alta, grandes convenciones, etc.).

Sólo me queda agradecer a **Marino Faccini** su presencia en el IE Business School, a la **Asociación de Antiguos Alumnos del IE** su apoyo en la organización del acto y a todos los asistentes su presencia e interés.

AUTORES

- ➔ Antonio López de Avila (171)
- ➔ Ramón Adillón (13)
- ➔ Raúl Revuelta Carbajo (13)
- ➔ Soledad Marín (5)

CATEGORÍAS

- ➔ AAW / TTOO (22)
- ➔ Aula Abierta Turismo y Ocio (30)
- ➔ Congresos e Incentivos (MICE) (4)
- ➔ Creación de Valor (41)
- ➔ Encuentros (10)
- ➔ Enlaces recomendados (1)
- ➔ Eventos Deportivos (1)
- ➔ Executive Master en Dirección de Empresas Turísticas (23)
- ➔ Hotelería (30)
- ➔ Innovación / Nuevas Ideas (50)
- ➔ Nuevas Posiciones (6)
- ➔ Ski Tourism (8)
- ➔ Transporte Aéreo (26)
- ➔ Travel 2.0 (19)
- ➔ Turismo Residencial (5)
- ➔ Turismo Sostenible (5)
- ➔ Uncategorized (53)

ARCHIVOS

- ➔ Noviembre de 2009
- ➔ Octubre de 2009
- ➔ Septiembre de 2009
- ➔ Agosto de 2009
- ➔ Julio de 2009
- ➔ Junio de 2009
- ➔ Mayo de 2009
- ➔ Abril de 2009
- ➔ Marzo de 2009
- ➔ Febrero de 2009
- ➔ Enero de 2009
- ➔ Diciembre de 2008