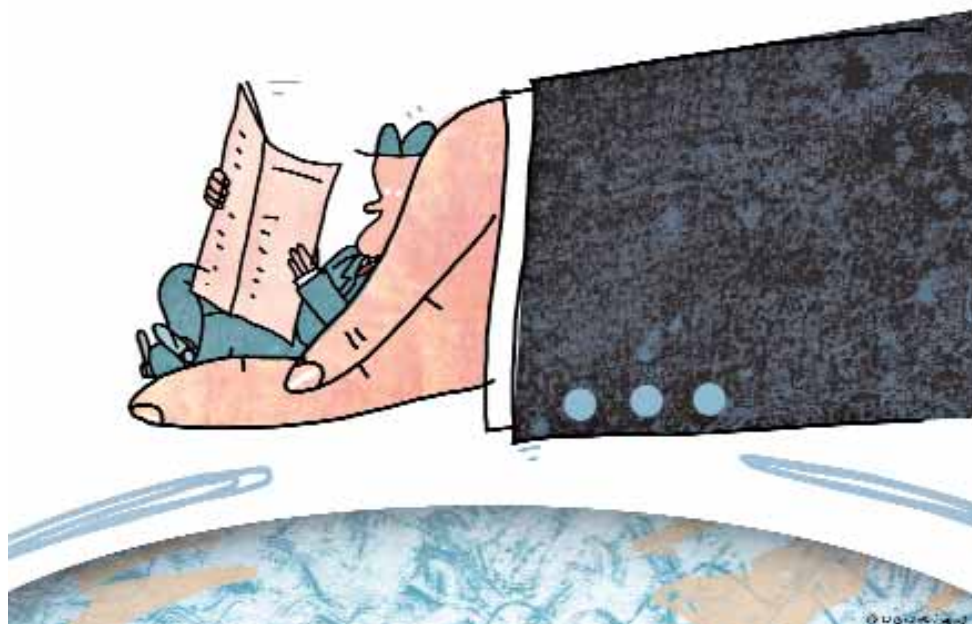


# Los agentes de viajes de empresa buscan adaptarse a las nuevas demandas

El Fórum ACTE 2005, celebrado en noviembre en Madrid, centró sus encuentros en el necesario incremento de la seguridad en los viajes ante catástrofes naturales o terroristas y en la utilización de las nuevas tecnologías como ayuda para el 'travel manager'



Los asistentes al Fórum organizado en Madrid el pasado noviembre por la Asociación de Ejecutivos de Viajes Corporativos (ACTE) analizaron la seguridad de los viajes y la figura del *travel manager* en un entorno donde Internet cobra cada vez más importancia. El encuentro también contó con la colaboración de la Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa (AEGVE).

En el marco del cambio de modelo de gestión de los viajes de empresa motivado por las catástrofes, Ángel García Butragueño, director general de American Express Corporate Travel para España, fue explícito al asegurar que, tras los acontecimientos sufridos en el mundo, "las empresas demandan a las agencias que cambie- mos". Estos cambios atañen tanto al

modo en que las empresas contratan sus viajes, a las medidas a tomar por parte de las agencias y a los proveedores, pues todos los agentes que intervienen en los viajes deben tener muy en cuenta la seguridad. "Tenemos una responsabilidad que no podemos eludir –señaló G<sup>a</sup> Butragueño–, y debemos estar preparados para poder afrontar las crisis, porque inevitablemente se van a producir". Esa responsabilidad pasaría por contratar los seguros adecuados, realizar informes de gestión –previos y posteriores al viaje– que permitan la localización de los viajeros, prever un servicio de emergencia para tramitar posibles repatriaciones, etc.

De igual modo, Josep M<sup>a</sup> Bagudà, director comercial de TQ3 Travel Solutions, insistió en la necesidad de adaptarse a la nueva realidad al ase-

gurar que "el ámbito de la seguridad se ha convertido hoy en algo con lo que se debe convivir". Y añadió que los agentes tienen en su mano la posibilidad de minimizar los efectos de una catástrofe con una buena gestión y con adecuadas medidas preventivas, ya se trate de atentados terroristas como los acaecidos en Londres o de un desastre natural como los ciclones que recientemente han asolado las costas caribeñas.

Santiago Asiaín, corporate product manager de Europea de Seguros, consideró la mediación de las aseguradoras como "absolutamente imprescindible dada la situación mundial", y explicó las condiciones generales, particulares y especiales que pueden ayudar a cubrir cualquier tipo de demanda.

## El nuevo rol del 'travel manager'

Según Augusto Pardo, representante de AEGVE, la figura del gestor de viajes o *travel manager*, mediador tradicional entre las agencias y las corporaciones, ha sufrido cambios en los últimos años. En su opinión, el mayor obstáculo para el desempeño de su función estriba en la dificultad para combinar la búsqueda de la mayor calidad demandada con los precios cada vez más bajos que exigen los clientes, pues se trata de criterios intrínsecamente antagónicos. Aunque sí ve posible obtener un buen servicio con precios, no bajos, pero sí ajustados al mismo.

Abundando en la necesidad de evolucionar y adaptar sus capacidades en un entorno cambiante, Augusto Pardo señaló que los métodos de autoreserva e Internet necesitarán de una nueva figura que las actuali-

## VIAJES SEGUROS

El gestor de viajes de empresa debe prever las actuaciones y medidas necesarias en caso de emergencia.

ce y las alimete de información, y que hacia ese rol podría derivar en un futuro el gestor de viajes. Para ello es necesario que los profesionales acojan las nuevas tecnologías como aliadas y no como enemigas, incorporando a las enormes posibilidades de estas herramientas la capacidad analítica y auditora que tradicionalmente ha venido desempeñando el *travel manager*.

### Subasta 'online'

Por su parte, Mayte Savoné, coordinadora de viajes de los laboratorios farmacéuticos Lilly España, aseguró que el *travel manager* ha pasado de ser una figura anecdótica a una presencia que se impone en las multinacionales, un gestor clave a la hora de realizar los presupuestos de las grandes corporaciones. Explicó que su importancia es cada vez mayor porque, en un entorno globalizado, el gasto en viajes es el segundo más importante en una empresa, sólo por detrás de las nóminas del personal.

Para el correcto desempeño de su labor, Saboné considera que, además de estar respaldada por la dirección

de la compañía, es imprescindible la correcta gestión de los datos y la interacción con los departamentos de contabilidad para aprovechar sus herramientas en la gestión de los viajes. "Sólo conociendo con exactitud los números pueden aplicarse las políticas de contención de gastos adecuadas", comentó Saboné.

Por último, la responsable de Lilly presentó como ejemplo de las herramientas electrónicas avanzadas directamente aplicadas en la gestión de los viajes la que Lilly ha implantado en su departamento de viajes en el ámbito europeo: un sistema de subasta *online* para la selección de proveedores. Las ventajas que aporta sobre los métodos tradicionales son: transparencia, pues las ofertas son las mismas para todos los proveedores; competencia, porque cada uno de los proveedores puede ver la posición en que está su oferta en comparación con las del resto; productividad, pues acelera el proceso de selección y permite aplicar a todos los concursantes los plazos marcados; ahorro; y asepsia, pues el concurso no se 'pervierte' por el trato directo. ■



## UNION FENOSA GAS, UN EJEMPLO A SEGUIR

DIECISÉIS EMPLEADOS ESPAÑOLES de la planta de gas natural que UNION FENOSA Gas posee en la ciudad egipcia de Damietta aprovecharon un fin de semana el pasado verano para visitar el balneario turístico de Sharm el Sheij, en la península del Sinaí. Sin embargo, lo que parecía un idílico descanso a orillas del mar Rojo les deparaba una desagradable sorpresa.

El 23 de julio de 2005, coincidiendo con el Día Nacional de la Revolución de Egipto, una serie de explosiones casi simultáneas se sucedieron alrededor de la una de la madrugada. Dos camionetas repletas de explosivos conducidas por terroristas suicidas produjeron los mayores daños. Una de ellas impactó en el hotel Ghazala Gardens, que quedó parcialmente destruido, la otra en un bazar de la llamada 'ciudad antigua' de Sharm. El resultado: 90 personas muertas y otras 150 heridas.

Los empleados de UNION FENOSA Gas se encontraban a menos de 300 metros del lugar en que hizo explosión el segundo de los furgones asesinos, resultando dos de ellos heridos graves, y el resto con contusiones diversas y shock emocional. Ese mismo día, Jaime Santamaría, director de RRHH de UNION FENOSA Gas, voló a Egipto para supervisar in situ el escenario y las circunstancias particulares en que se encontraban sus compañeros. Le acompañaron dos médicos españoles puestos a disposición de la empresa energética por su compañía aseguradora con el fin de evaluar convenientemente a los heridos.

Al mismo tiempo, se puso en marcha el comité de crisis que la compañía establece para este tipo de sucesos, y que contempla acciones en las áreas de seguridad, sanidad, logística y comunicación. Este gabinete de emergencia fue estructurado en tres sedes: en Damietta, en la planta de gas de la compañía, desde donde se coordinaron los seguros y demás trámites; en Sharm el Sheij, el lugar de los atentados, atendiendo a los heridos y acompañando a las familias desplazadas a Egipto; y en Madrid, tramitando la logística, la comunicación y gestionando los procesos de repatriación de afectados y familiares.

Gracias al respaldo del comité de crisis pudo contratarse de manera inmediata un avión dotado con Unidad de Vigilancia Intensiva (UVI) en el que trasladar al empleado que se encontraba en estado más grave a un hospital español.

Los retos de nueva realidad mundial obligan a la prevención y a la coordinación entre las empresas que viajan, las agencias y las aseguradoras. Son garantías de seguridad necesarias para poder sostener en el futuro la industria de los viajes.