

ECONOMIA

VIATGES: GRANS ALIATS EN LA INTERNACIONALITZACIÓ

«La gestió dels viatges s'ha convertit en els darrers temps en una àrea d'oportunitat per a les empreses»



LLETRES DE CANVI

Montserrat Feliu

SÒCIA DE LA CONSULTORA FELIU N&I I MEMBRE DE L'AUJEC

Es avenços tecnològics, responsables de gran part dels canvis en els models de negoci que s'estan vivint en les últimes dècades, lògicament, han facilitat molt la comunicació i el treball que es realitza entre professionals que estan ubicats en diferents països. L'ús de l'e-mail, l'Skype, les *conference call*, videoconferències, formacions en *streaming*, i el que encara no coneixem, moltes vegades ha permès reduir el nombre de viatges, que han deixat de ser essencials per la possibilitat de gestionar els objectius a través d'aquestes noves vies. Tot i l'avenç de la tecnologia, l'increment de la internacionalització de les empreses i, en especial, l'increment de projectes d'execució d'obres, projectes claus en mà, la consultoria, la transferència de tecnologia, l'as-

sistència tècnica, entre d'altres, ha multiplicat la necessitat dels viatges internacionals, i també, el fet que hagin de viatjar professionals de diferents àrees de l'empresa.

Ahora, la consolidació de la internacionalització és un projecte a llarg termini i, per tant, requereix la construcció i el desenvolupament de relacions personals, especialment amb socis, *partners* estratègics i clients, relacions molt difícils de construir obviant les trobades periòdiques cara a cara. Conèixer les persones, el país on volem fer negocis, compartir amb elles en el seu entorn, la seva cultura i els seus costums, també ens ajuda a entendre el perquè d'actituds i/o posicionaments en el dia a dia dels negocis.

Aldous Huxley, deia que «Viatjar és descobrir que tots estan equivocats sobre els altres països».

Si preguntéssim als viatgers freqüents, si els agrada fer tants viatges, probablement ens trobaríem més respostes negatives que positives. Aquests viatges són imprescindibles perquè els projectes arribin a bon fi, però viatjar, en general, no és fàcil. Un estudi d'Amadeus, estima que cada any, el 12% dels viatgers experimenten contratemps que els impedei-



Una passatgera espera al JFK de Nova York

xen complir l'objectiu del seu viatge. Alhora, els retards als aeroports (també en altres mitjans de transport) es tradueixen en cansament i pèrdua de temps i de productivitat per als viatgers corporatius, i les cancel·lacions condicionen greument la planificació de les empreses. En el transport aeri, les incidències creixen a un ritme anual del 6% en paral·lel amb l'increment del trànsit. I aquí, només parlem de trànsit aeri, però també hi ha

incidències en allotjament, lloguer de cotxes, transfers, trànsit ferroviari...

La seguretat dels treballadors desplaçats és un element essencial, i tot i que la gestió dels riscos que afronten les empreses en els seus projectes a l'exterior és una altra àrea de treball, el fet que la gestió dels viatges sigui estratègica per a l'empresa contribueix a incrementar la seguretat, ja que també implica una formació i sensibilització dels viatgers als riscos a què estan exposats.

En aquest context, la gestió dels viatges s'ha convertit en una àrea d'oportunitat per a les empreses, tant per millorar la qualitat dels serveis contractats, la seguretat en els desplaçaments i la satisfacció dels viatgers com, per descomptat, per optimitzar els costos. Cal tenir en compte que, en moltes empreses, la partida de despeses de viatges és molt significativa i no és gestionada com una compra estratègica.

Lògicament, no totes les pimes podem tenir dins el nostre equip un *travel manager*, ni disposar d'eines tecnològiques per a la gestió del viatge (incloent-hi el pre i el post), però sí que podem assessorar-nos, tenir una política de viatges i qüestionar-nos què podem millorar.

Un nou repte per a aquest 2017.