



## Sabre y Egencia revelan las claves para optimizar los viajes de negocios

*Un completo reporte de tendencias según datos de reservas en las plataformas de Sabre acerca a las empresas nuevas ideas para la satisfacción del viajero y el control de presupuestos*

**CIUDAD DE MÉXICO, 22 de febrero 2017** – [Sabre Corporation](#) (NASDAQ: SABR), el principal proveedor de tecnología para la industria de viajes, junto a Egencia, una compañía especializada en viajes de negocios parte de la marca global Expedia, Inc., han colaborado en [la producción de un reporte que incluye recomendaciones](#) para que las empresas aseguren la mejor experiencia de viajes para sus empleados, considerando servicios personalizados y beneficios que incluso pueden hacer más efectivas sus políticas de viajes y de proveedores preferentes.

A partir del análisis de datos de reservas de boletos aéreos, servicios complementarios en vuelos y estadías de hotel en transacciones vía Sabre; las empresas hoy tienen la oportunidad de elevar el nivel de satisfacción del viajero, y muy especialmente para el plantel de alta gerencia y viajeros frecuentes. La vida de un viajero corporativo no es para nada sencilla. Algunas de las [recomendaciones de Sabre y Egencia](#), analizando transacciones de viajes, perfil y preferencias del viajero y oferta de servicios de proveedores, destacan cómo las empresas pueden simplificar la experiencia de viajeros frecuentes con apenas modificar algunos aspectos decisivos de su programa de viajes.

“El volumen de información y análisis de datos está definiendo una nueva era en la gestión de viajes corporativos. Las empresas que apunten a distinguirse por ofrecer asistencia y calidad de servicios a sus empleados durante viajes pueden adoptar estas recomendaciones de manera inteligente, tanto para reforzar su programa corporativo como para crear experiencias de viajes más productivas con empleados altamente satisfechos. Durante este último tiempo las empresas han puesto su atención sólo en la adhesión a políticas. Hoy mediante el inmenso volumen de datos por transacciones en nuestras plataformas la estrategia consiste en diseñar la experiencia de viajes entendiendo que el viajero es el principal protagonista”, destaca Wade Jones, presidente interino de Sabre Travel Network.

“La proyección en la industria estima que los viajes de negocios alcanzarán un valor de 1.6 trillones de dólares en 2020. Históricamente y en respuesta a mayores gastos las empresas aplican más restricciones a sus políticas de viajes. Egencia asiste a sus clientes en asegurar la adhesión de los empleados a estas políticas, sin imponer limitaciones que sacrifiquen la experiencia de viajes. Nuestro expertise pone al viajero de negocios en el centro de la experiencia, ofreciendo soluciones que orientan la opción más relevante sin restringir cada elección”, comenta Rob Greyber, presidente de Egencia.

Con especial énfasis en la satisfacción del viajero corporativo, el reporte destaca estas principales recomendaciones para que los gestores de viajes o *Travel Managers* puedan definir

un balance entre expectativas de servicio, control de costos y la educación continua al empleado sobre las políticas de la empresa.

### **Principales recomendaciones para la satisfacción del viajero de negocios**

- **Anticipar los planes** - Pequeños cambios en hábitos de viajes pueden traducirse en importantes ahorros a lo largo del año, especialmente cuando se trata de anticipar reservas de vuelos y hoteles. En un reciente informe anual sobre tarifas aéreas, Expedia y Airlines Reporting Corp. (ARC) identificaron que en promedio los precios más convenientes están disponibles reservando 21 días antes de la fecha de viaje.
- **Priorizar servicios que hacen la diferencia** – Según datos de reservas y comercialización de servicios aéreos a través de las plataformas de Sabre, los servicios complementarios más populares reservados por viajeros en Norteamérica, América Latina, Europa y Asia-Pacífico son “Acceso prioritario” y “Reserva anticipada de asiento”. Durante las negociaciones con las compañías aéreas las empresas deben contemplar tales servicios en sus contratos. Los viajeros frecuentes acostumbran trabajar durante vuelos y desde aeropuertos, y percibirán como recompensa la flexibilidad y conveniencia de estos incentivos.
- **Reducir los imprevistos del viaje** – Datos sobre vuelos y aeropuertos también provistos por Sabre destacan a las terminales internacionales de Chicago O’Hare (ORD), LaGuardia (LGA), John F. Kennedy (JFK), São Paulo Congonhas (CGH), y London Heathrow (LHR) entre los aeropuertos de mayor tránsito y conexión entre viajeros corporativos. Al mismo tiempo son aeropuertos que registran mayor frecuencia en demoras de partidas. Las empresas pueden minimizar los efectos de los retrasos en la productividad de sus empleados suscribiendo un programa global de acceso a salones lounge en aeropuertos.
- **Simplificar el proceso de reserva y gestión de viajes** – A nivel mundial aproximadamente un 80% de los viajeros de negocios prefieren reservar sus propios vuelos, y en particular los viajeros frecuentes que optan por gestionar sus viajes a través de tecnologías y plataformas auto-servicio. Aquí es donde los *Travel Managers* tienen la oportunidad de incorporar Apps de viajes en sus políticas, además de promover el uso de aplicaciones móviles como TripCase de Sabre u otras provistas por las compañías aéreas.

Los empleados más productivos no solo evalúan a las empresas por un salario competitivo o la oportunidad de avanzar en sus carreras. También buscan ser parte de un negocio exitoso que los apoye en ser eficientes en sus responsabilidades y les ofrezca un balance entre flexibilidad y satisfacción en cada viaje.

Datos de Sabre confirman que estas simples iniciativas pueden impactar positivamente en la productividad y satisfacción de los empleados. Estos son cambios graduales y que no resultan en mayores costos. Y mediante la incorporación de estos beneficios y recompensas las empresas cuentan con un nuevo indicador para medir la inversión en viajes.

El reporte completo titulado “The Year of the Business Traveler: Four keys to utilizing data to support road warriors in 2017,” está disponible en idioma inglés y puede descargarse en la página web <http://your.sabre.com/thebusinesstraveler>

<sup>1</sup> Según reporte de Global Business Travel Association (GBTA) en Julio de 2106

###

### **Acerca de Sabre**

Sabre Corporation es el principal proveedor de soluciones tecnológicas para la industria global de viajes. Mediante sus soluciones de software, datos, servicios móviles, distribución y comercialización electrónica; cientos de compañías aéreas y miles de propiedades hoteleras gestionan operaciones decisivas en sus líneas de negocios. Estas áreas operativas incluyen las reservaciones de pasajeros y huéspedes, gestión de ingresos o revenue management, planificación redes aerocomerciales, y gestión de tripulaciones en vuelos. Sabre opera además el mercado digital de viajes de mayor cobertura a nivel internacional y cada año procesa transacciones por más de 120 mil millones de dólares americanos. Esta plataforma de e-commerce para negocios conecta empresas suplidoras de viajes, compradores y consumidores. Con casa matriz en Southlake, Texas, Estados Unidos, Sabre atiende a clientes en más de 160 países alrededor del mundo.

### **CONTACTO**

Daniel Duarte

Sabre, Relaciones Públicas

[Daniel.Duarte@sabre.com](mailto:Daniel.Duarte@sabre.com)

+1 (214) 236-9473