

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL LLEGA A LOS TRASLADOS CORPORATIVOS

La tecnología está transformando la gestión de los viajes corporativos. Frente a la necesidad de optimizar recursos y ganar eficiencia, las empresas están adoptando plataformas digitales que les permiten planificar, reservar y controlar cada traslado, con herramientas que integran sus políticas internas, generan reportes en tiempo real y facilitan la toma de decisiones, además de anticipar posibles desvíos de presupuesto.

Uno de los principales cambios ha sido la incorporación de sistemas de autogestión para los usuarios. "Hoy existen plataformas de autoatención, en donde se identifica a cada viajero y su perfil, lo que permite entregar una oferta integral personalizada ya ajustada a la política definida por cada empresa", explica el gerente comercial de Travel Security, Juan Carlos Selman.

Junto a eso, los paneles de control o *dashboards* permiten a las empresas monitorear en tiempo real distintos aspectos que impactan en el gasto de sus viajes. "Es posible

Optimizar costos, hacer más eficientes las rendiciones de gastos, detectar anomalías e, incluso, personalizar preferencias a través de algoritmos, son parte de las oportunidades de la tecnología para este tipo de turismo.

POR VALENTINA CÉSPEDES

ver específicamente los centros de costos y gerencias y cómo se van ajustando tanto a las políticas de viajes como a los presupuestos", señala Selman.

También se han incorporado herramientas para digitalizar el proceso de rendición de gastos. Según el gerente corporativo y alianzas de Cocha, Juan Pablo Amenábar, estas soluciones registran automáticamente los ítems asociados al viaje -como

pasajes y alojamiento- y permiten digitalizar boletas desde el celular del viajero, agilizando los procesos de aprobación y reembolso. Todo esto, dice, "mejora el control financiero contable sin aumentar la carga administrativa".

Algunas plataformas han comenzado incluso a incorporar funciones más sofisticadas de personalización, como el ajuste de itinerarios según el comportamiento habitual de los usuarios, sus preferencias de asiento o cadenas hoteleras, y generar alertas si se detectan posibles desviaciones presupuestarias. "La personalización algorítmica permite optimizar la experiencia del viajero y, al mismo tiempo, aumentar la eficiencia del presupuesto empresarial", afirma Amenábar.

Un mayor control del presupuesto, la reducción de fraudes o gastos fuera de norma gracias a la trazabilidad en tiempo real, y la optimización del tiempo, tanto para quienes viajan como para quienes gestionan y aprueban, son parte de los beneficios, añade el ejecutivo.

Y aunque gran parte del proceso se ha automatizado, evolucionando hacia una atención más ágil, personalizada y cercana, Selman cree que es clave combinar las "herramientas digitales con equipos humanos expertos que acompañen a las personas en cada etapa del viaje".

