

9 consejos para gestionar programas de hoteles en América Latina

CWT Solutions Group

RoomIt 
by CWT

Contenido

- 3 | Introducción
- 4 | Consejos del 1 al 9
- 13 | Próximos pasos

Cuando se administra una parte local de un gran programa hotelero corporativo, es importante pensar en cómo sus acciones respaldan la estrategia de viaje total de su empresa y cumplen con las necesidades a nivel local.

Estos consejos lo ayudarán a cumplir con ambas cosas.

1

Mantenga la mirada en el mercado latinoamericano.

Si bien la región Asia-Pacífico tiende a atraer más la atención, últimamente América Latina ha estado cambiando con un crecimiento del 1,2 % en 2018 y un crecimiento esperado del 1,7 % en 2019. A partir de 2018, se estaban planificando más de 800 nuevos proyectos hoteleros en toda la región.

Incluso si su empresa no opera actualmente en esta región, estos indicadores económicos positivos sugieren que puede ser el momento de comenzar a comprender los elementos únicos de la gestión de viajes en América Latina.



2

Incorporar hoteles independientes a sus áreas de alto tráfico.

Al igual que Europa, América Latina depende en gran medida de hoteles pequeños e independientes. Eso significa que los acuerdos que abarcan toda una cadena, con grandes marcas, pueden no ser una forma adecuada de cubrir sus necesidades hoteleras en esta región. Si bien las grandes marcas hoteleras están comenzando a penetrar en el mercado latinoamericano en lugares como México, hay muchos lugares, como Brasil, donde [las cadenas de hoteles representan solo el 11 % del mercado hotelero total.](#)

Utilice otras fuentes de contenido de su empresa de gestión de viajes, como sus propias tarifas de fuentes especiales o el contenido de hoteles perteneciente a terceros (es decir, Booking.com o Expedia Partners Solutions) para agregar más tipos de propiedades a su programa hotelero.



3

Conozca las normativas fiscales a nivel local para ahorrar dinero.

Dentro del país, la facturación en moneda local que cumple con los requisitos tributarios locales es muy importante para efectos fiscales y de ahorro. El impuesto, VAT o IVA en español (Impuesto al valor agregado), que se paga por los viajes, se puede acreditar contra los impuestos corporativos anuales de la empresa, lo que significa que la facturación de cada transacción es mejor realizarla a nivel local.

Es posible que algunos servicios de economía compartida y otros proveedores de alojamientos no entreguen factura, lo cual es un problema, ya que necesita una con VAT o IVA válida o el correspondiente recibo de aduana para respaldar las reclamaciones de IVA. Esto puede significar una gran pérdida de ahorros si se considera que Colombia, por ejemplo, tiene un [IVA estándar del 19 %](#). Saque provecho de su empresa de gestión de viajes, a través de ella recuerde a los viajeros que soliciten una factura que cumpla con el IVA y que le proporcione a usted, o a un proveedor, todos los datos correspondientes para la recuperación del IVA.



4

El pago anticipado es famoso.

Los viajeros en América Latina y otros mercados emergentes a menudo no llevan tarjetas de crédito. El pago anticipado facilita los viajes de los latinoamericanos, ya que se pueden asegurar de que todos los costos se cubrirán con anticipación.

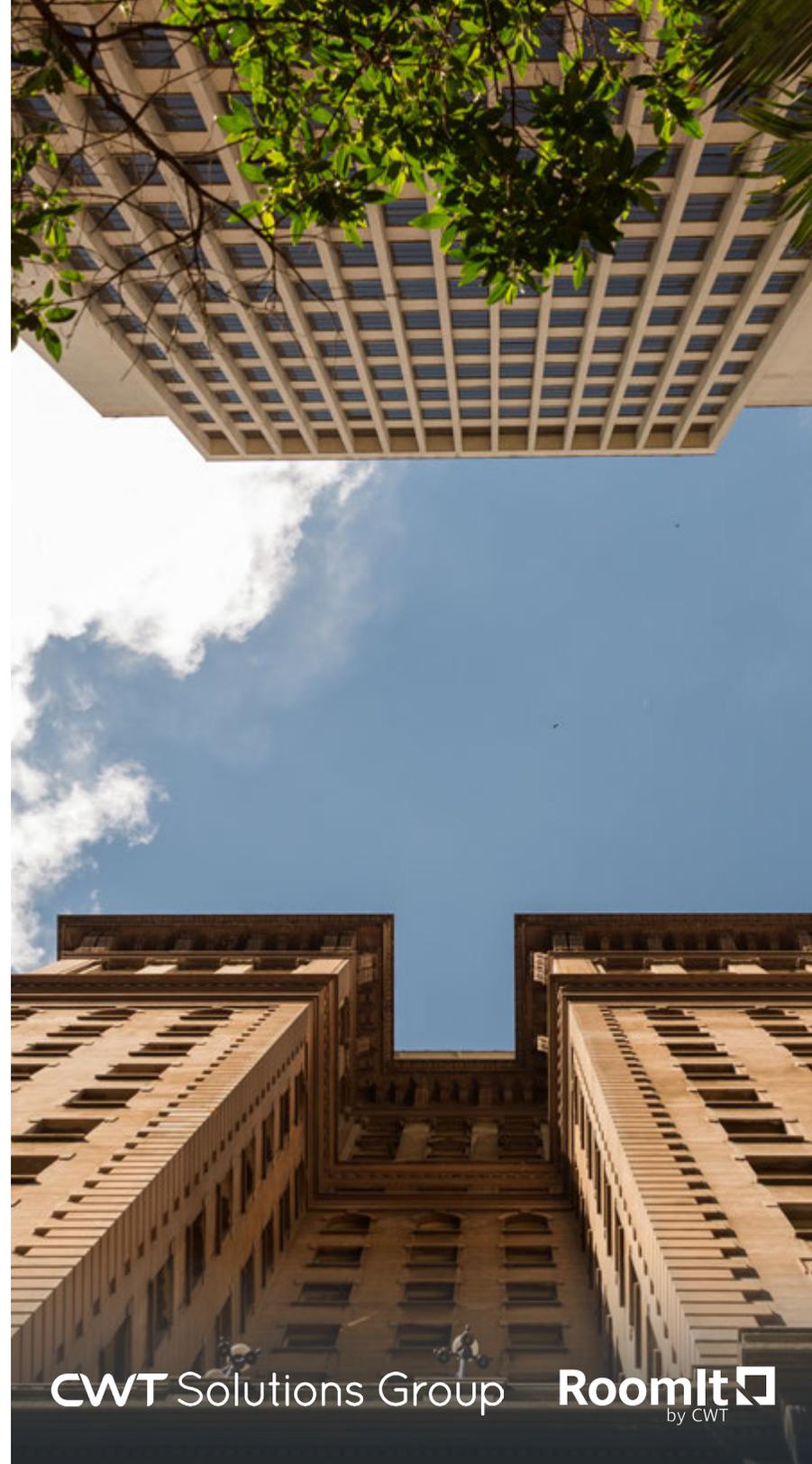
Es importante utilizar servicios de pago que funcionen a nivel global y admitan varios tipos de pago. De esa manera, las empresas pueden brindar la misma experiencia de pago a sus viajeros, independientemente de sus necesidades regionales específicas.



5

Anticipar un amplio uso de los autorizadores de viajes.

Las empresas que operan dentro de América Latina a menudo siguen teniendo un enfoque más práctico para gestionar el gasto en viajes. La industria, en general, se está alejando de los autorizadores individuales debido a su ineficiencia, por lo que puede ser necesario un cambio cultural en este ámbito. Esto significa mucha más educación y comunicación con los viajeros y gerentes en esta región acerca de cómo la política corporativa y los canales de reserva establecidos pueden lograr lo mismo de una manera más eficiente.

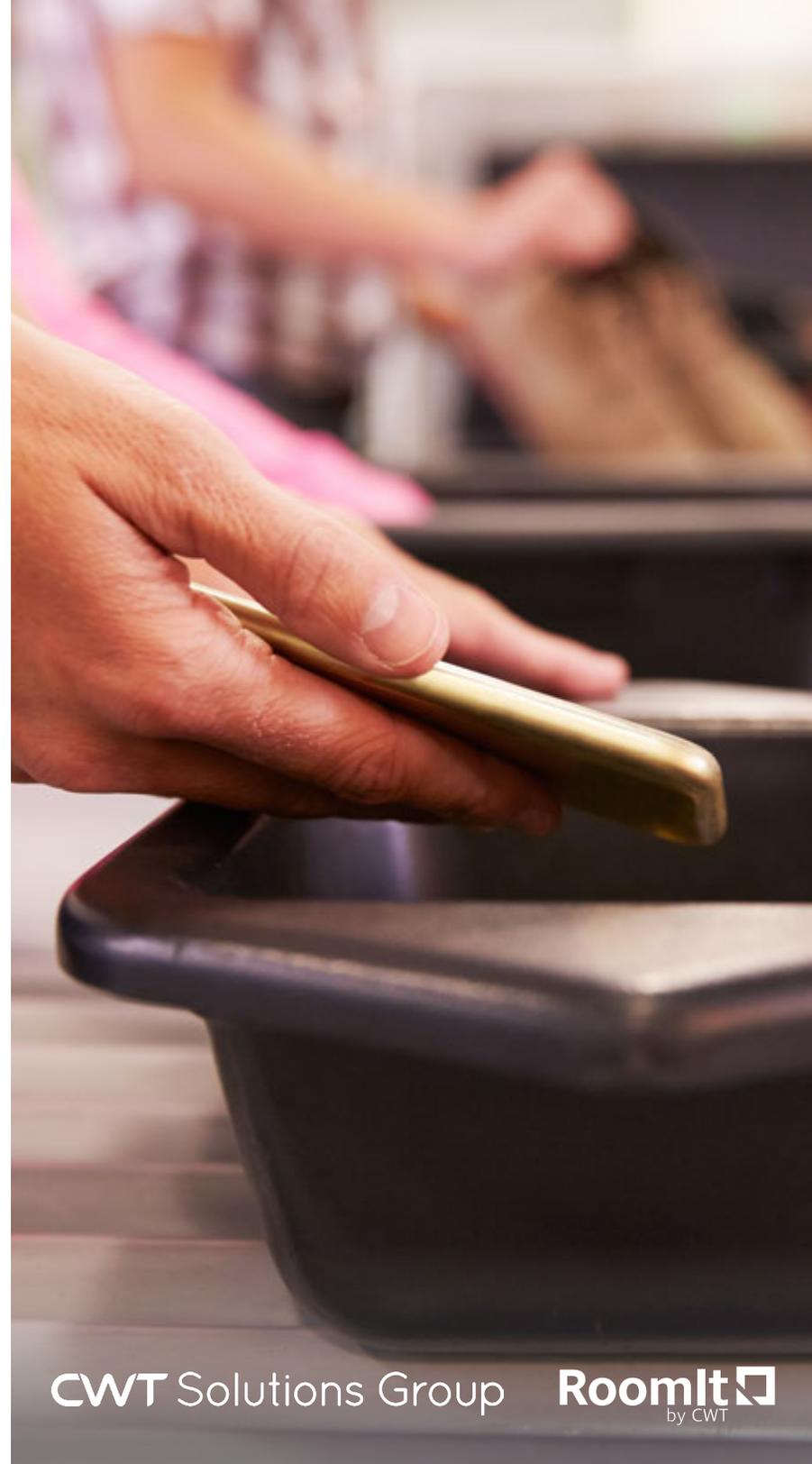


6

El teléfono móvil es muy confiable.

América Latina es el [segundo mercado de telefonía móvil de más rápido crecimiento](#) y muchos países, como Brasil, tienen poblaciones considerables de usuarios de telefonía móvil que no poseen una computadora portátil o una de escritorio. Están acostumbrados a depender de los teléfonos para las actividades que se realizan por Internet. Además, las alertas de seguridad y las advertencias médicas se pueden distribuir de forma automática a través de SMS, lo que ayuda a mitigar los riesgos de viaje.

Por lo tanto, garantizar que sus viajeros tengan acceso a través de un teléfono móvil y una aplicación de reserva preferida con una excelente experiencia de usuario es primordial para mantener un alto cumplimiento en esta región.



7

Les gusta su desayuno caliente.

El desayuno y el desayuno caliente no son lo mismo en América Latina. La mayoría de los viajeros en esta región solo lo consideran desayuno si es caliente. Muchos hoteles en la región ahora se dan cuenta de esto, pero es importante recordar que si está negociando incluir el desayuno, los desayunos continentales no serán suficientes.



8

Es difícil permanecer conectado.

Incluir una conexión wifi premium sigue siendo una de las comodidades más importantes para los viajeros de negocios, sin embargo, incluso el wifi básico no siempre está disponible en hoteles de países latinoamericanos. Este puede ser el motivo por el que los viajeros de negocios en México identificaron la inclusión de wifi como el factor determinante más importante en el momento de elegir un hotel; más importante que la distancia al lugar de trabajo, precio, la inclusión del desayuno e incluso las fotografías del hotel.

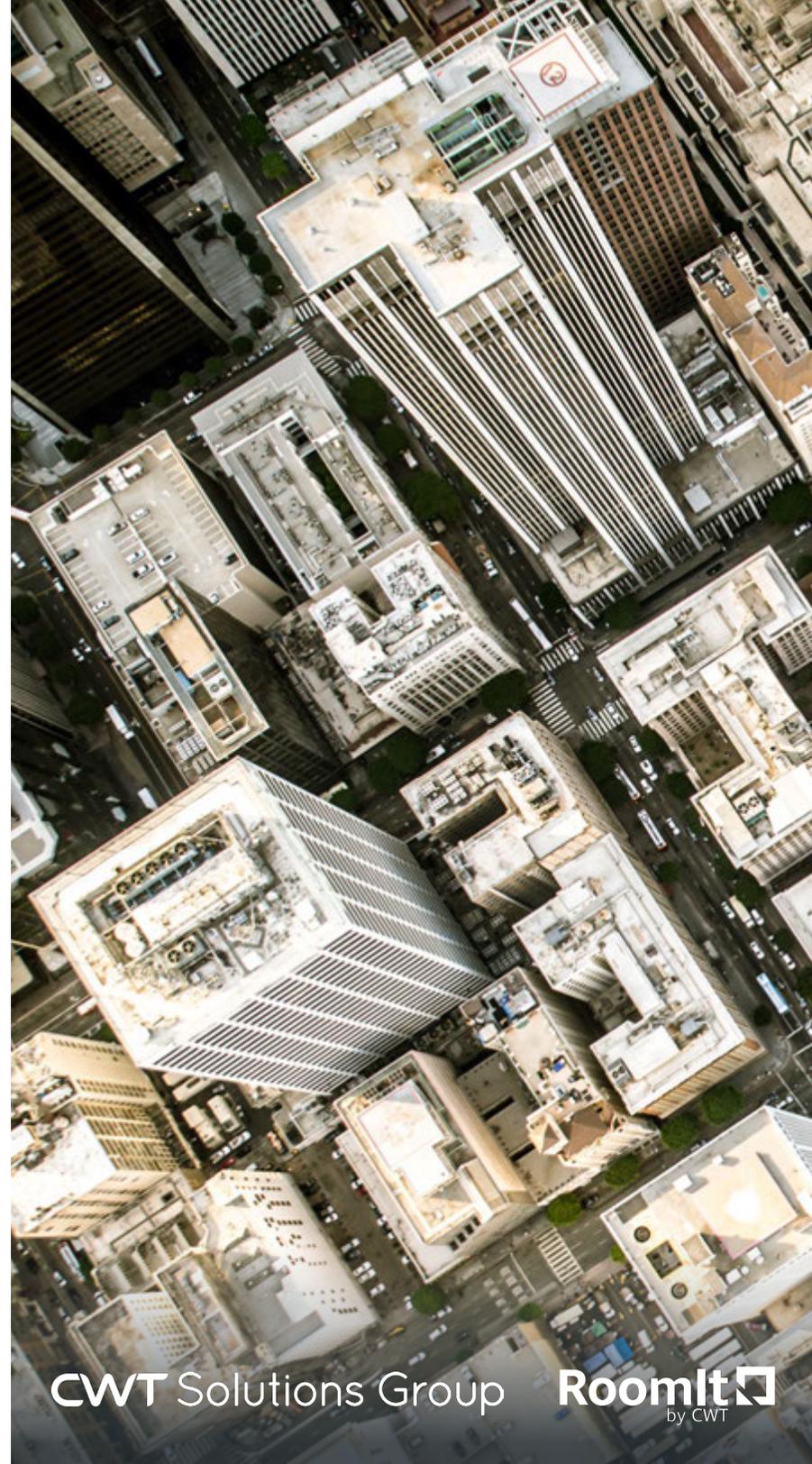
Muchos viajeros tampoco tendrán servicios de datos o roaming que funcionen cuando viajan a o entre países de América Latina, por lo que asegurarse de que los viajeros tengan acceso a wifi en sus hoteles es extremadamente importante para esta región.



9

El seguimiento de precios no es solo para las reservas aéreas.

Un concepto erróneo común en esta región es que las herramientas de seguimiento de precios son solo para reservas aéreas. Asegúrese de que las divisiones que operan dentro de esta región conozcan las herramientas de seguimiento de precios para hoteles y que estén activadas. Deben saber que las herramientas de seguimiento de precios reservan automáticamente tarifas similares en los mismos hoteles, al tiempo que producen un ahorro total del programa del 1 al 2%.



Póngase en contacto con su gerente de programa para obtener más información sobre la gestión de viajes en América Latina.

CWT Solutions Group

RoomIt 
by CWT

6

Encontrar hoteles cerca del lugar de trabajo, puede ser difícil.

Dado que existe un alto porcentaje de hoteles de cadenas regionales e independientes, puede ser difícil encontrar hoteles bien situados que utilicen herramientas de reserva corporativas. La incorporación de múltiples fuentes de contenido proporciona más opciones para los viajeros cerca de su lugar de trabajo, lo que resuelve un problema importante que tienen los viajeros corporativos con su herramienta de reserva corporativa. Por lo tanto, entregar más opciones mejora su experiencia y los incita a permanecer en los canales de reserva compatibles.

