



7 de marzo 2018



PROFESIONALES:

Renato Peña (Gerente en Consultia Travel)

José Luis Herranz (Gerente en Viviendo del Cuento)

1. ¿Cómo sabéis si van a funcionar vuestros proyectos de team building?

Los proyectos son futuribles, los costes son reales. Se parte de una buena premisa, que es el propio nombre de la empresa, lo cual supone un riesgo, por eso es muy importante ir con cautela a la hora de actuar porque el boca a boca, si cometes un error, puede llevarte al fracaso de la empresa. En ocasiones, el cliente no sabe lo que quiere, hasta que se lo muestras, por tanto, normalmente es mejor hacer las cosas como tienes pensado y como sabes hacerlo. En realidad, no lo puedes saber seguro pero la clave es trabajar mucho y estar implicado. En el caso de **Viviendo del Cuento**, puede haber errores, pero no le suele llegar al cliente. Se intenta que no haya posibilidad de error.

2. ¿Hoy en día pensáis que las empresas se han dado cuenta de que es necesario llevar a cabo team building?

Actualmente las empresas tienen claro que lo no produzca, van a prescindir de ello. En épocas pasadas, las empresas llevaban a cabo acciones de incentivos que eran auténticas barbaridades; hoy en día, esta tendencia está cambiando y se optan por otro tipo de incentivos mejores. Se ha pasado de ser “el payaso de la empresa”, a ser una parte más de la formación de RRHH, haciendo que aumente la conexión entre la gente y mejorando el equipo. Todavía las empresas no cuentan con el team building como algo necesario dentro de su estrategia de empresa, pero la cosa está mejorando.

3. ¿Desde vuestra perspectiva, el entorno empresarial está beneficiando vuestro trabajo?

Antes las empresas gastaban mucho dinero en incentivos, pero con el tema de la crisis hubo un frenazo. Actualmente está volviendo a hablar de los incentivos. Con el tema del team building, ha habido un cambio; empieza a ser una parte importante en la formación del capital humano, pero sigue sin formar parte de la estrategia de recursos humanos en las empresas.

4. ¿Siendo graduado en turismo, que funciones llevaríamos a cabo en vuestras empresas?

No hay un organigrama vertical, sino horizontal. Hay gente que está de prácticas, por ejemplo, en el business travel se ha de tener expertos en Amadeus, y se necesita una cualificación más alta. El sentido común que una persona tenga, es mucho más importante, que el curriculum. Se echa mucho de menos la **ACTITUD** en las personas. Al fin y al cabo, este sector, se basa en el servicio al resto de personas y eso se tiene que asumir. Hoy en día se necesita alguien que abrume, que marque la diferencia, que se vea iniciativa.

En el caso de **Consultia Travel**, el organigrama es muy horizontal. Hay gente que está de prácticas en el departamento de incentivos. En el departamento de business travel no suele haber becarios. Suele pedir que sepan Amadeus y que sean bilingües. Muchas veces se echa en falta la ACTITUD y el grado de servicio.

Es muy importante mostrar interés. Por ejemplo, ir a una empresa y si no cumples los requisitos, ofrecer ir de todas formas, poder ir allí a aprender, yendo gratis y mostrar que se quiere ir más allá.

En el caso de **Viviendo del Cuento** se trata de conectar con el público. La gente que entra a trabajar con nosotros no tiene que ver tanto con el currículum sino con la energía que trasmite y lo que puede aportar.

5. ¿Alguna vez os habéis encontrado con cliente que vaya contra los valores de la empresa?

En el momento en que te pagan a veces se ven en el derecho de exigir más de la cuenta.

A veces te encuentras empresas con las que no compartes valores, pero al final tienes un personal al que debes dar de comer. Como team building, el trabajo son las personas. Sí que ha habido empresas con las que he decidido no trabajar, pero no por el nombre, sino por pesados y en ocasiones por moralidad.

6. ¿Dentro de vuestra empresa, practicáis un sistema de incentivos? ¿Favorece la competitividad?

En el caso de **Consultia Travel**, en 2017 se empezaron a tener beneficios, por lo tanto, ha comenzado el sistema de incentivos por objetivos. Antes de los incentivos lo que hemos hecho siempre ha sido tener sueldos suficientemente buenos.

7. ¿Cuándo un cliente os contrata, ofrecéis actividades que ya tenéis o investigáis sobre ellos?

Es importante conocerlos y escuchar sus necesidades para poder ofrecerles experiencias que se acoplen a ellos.

8. ¿Qué importancia tienen las redes sociales para las empresas?

Es importante tener a una persona que se dedique a ello, pero para el reconocimiento y visibilidad de la marca, pero eso no significa que vayas a ganar dinero con ello. El boca a boca sigue siendo el mejor marketing.

- NO SIEMPRE HAY QUE HACER CASO AL CLIENTE
- **Se ha pasado de ser “el payaso de la empresa”, a ser una parte más de la formación de RRHH, haciendo que aumente la conexión entre la gente y mejorando el equipo.**