

Presiones entre compañeros

7 desafíos de viaje
y las estrategias que
sus compañeros están
utilizando para abordarlos





No está solo

Lo mejor de la comunidad de viajes es que es, precisamente, una comunidad, un grupo de pensadores con ideas afines a los que les gusta aprender los unos de los otros. Por lo tanto, cuando hay un desafío, tiene compañeros con los que puede contar.

Hablamos con esos compañeros, nuestros clientes y partners de SAP® Concur®, junto con algunos expertos internos, para averiguar a qué desafíos de viaje se enfrentan actualmente y, lo que es más importante, cómo los están gestionando. **Esto es lo que aprendimos.**

Preparación para NDC



NDC. Tres simples letras que están causando un estrés significativo (y cierta confusión) en el mundo de los viajes de negocios. Representan una nueva capacidad de distribución, pero en realidad, esto no es tan novedoso.

Propuesto por las aerolíneas y liderado por la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), NDC es un estándar de transmisión de datos basado en XML creado hace más de diez años para ayudar a las aerolíneas a mejorar la distribución de contenido. Para ser claros, NDC no es una plataforma en línea, es un formato de datos para aerolíneas, proveedores de tecnología, TMC (agencias de viajes) y empresas, sin las limitaciones de los canales de distribución tradicionales. NDC tenía como objetivo cambiar la forma en que las aerolíneas presentan sus productos a los clientes, permitiendo una venta minorista de aerolíneas más efectiva y personalizada, además de crear tarifas flexibles basadas en quién compra los servicios de la aerolínea. Dado que la IATA no proporcionó realmente el código necesario para lograr esos objetivos, las aerolíneas tienen estructuras de formato variables, lo que ha generado mucha confusión y preocupación en la industria de los viajes.

Preparación para NDC

¿Cómo le afecta esto? Debe esperar ver ahorros de costos y contenido más rico con el tiempo, además de una mayor transparencia de los datos de NDC, para ayudar a gestionar su programa.

Aunque la adopción de NDC ha ido en aumento, se ha acelerado por el anuncio de American Airlines de que está eliminando el contenido de los canales de distribución tradicionales y las organizaciones deben conectarse a NDC para recibir acceso completo al contenido de terceros de la aerolínea. Antes de estas presiones de American y otras aerolíneas tradicionales, la transición a NDC era lenta, porque el cambio es costoso, complejo y sin un modelo específico para la implementación.

El impulso de NDC viene con una variedad de opciones y perspectivas, pero lo más importante es que los líderes de viajes trabajen juntos en interés de sus negocios, garantizando que los viajeros tengan acceso a todo su contenido conforme a las políticas.

Esto requiere paciencia.



En SAP Concur, estamos ayudando a las compañías a realizar la transición a un ritmo que les resulte conveniente, haciendo movimientos en múltiples frentes para ofrecer:

- Una conexión a las API NDC de la aerolínea a través de Concur **Select Access**, así como soporte para clientes que necesitan acceso inmediato al contenido que se ha eliminado o que no está disponible en el GDS.
- [Concur® TripLink](#) como una forma para que las aerolíneas ofrezcan su mejor contenido de canal público disponible, otra forma para que los viajeros compren en los sitios web/aplicaciones de las aerolíneas y una forma para que los responsables de la toma de decisiones de viajes obtengan descuentos corporativos y capturen datos de deber de protección.

Preparación para NDC

Los consejos para los líderes de viajes:

Roger Hale, director ejecutivo y presidente de la agencia de viajes (TMC), ADTRAV, afirma que la mayor percepción errónea sobre NDC es que está listo para funcionar y que funcionará perfectamente en cada escenario desde el principio. Basándose en las limitaciones operativas actuales en las reservas de NDC, el equipo de ADTRAV alienta a los líderes de viajes a:

- Evaluar el impacto de los desafíos actuales frente a los beneficios existentes ofrecidos para comprender cómo el contenido de NDC afectará a sus programas/objetivos de viaje y buscar orientación en su agencia de viajes.
- Reconocer que los crecientes problemas de los primeros meses se resolverán y que los equipos de viajes corporativos y TMC están trabajando diligentemente para liberar todo el potencial del contenido de NDC para programas de viajes gestionados.

Lindsay Balram, directora asociada de viajes y gastos globales en Alkermes (una compañía biofarmacéutica), está de acuerdo. Ella cree en sentirse cómoda y adoptar un enfoque de “esperar y ver”, incluso en esta etapa del juego. Reconoce que últimamente se está hablando mucho de NDC, pero aconseja que las compañías no tengan que actuar de inmediato, sino que deberían tomarse el tiempo para entenderlo.





DESAFÍO 2:

Equilibrar más demanda con menos presupuesto

El gasto en viajes aumentó un 73% en 2022, continuando su ascenso hacia los niveles previos a la pandemia.* Esa es una buena noticia, pero los costos de las aerolíneas y los hoteles también están aumentando, y las preocupaciones macroeconómicas más amplias también están presionando los presupuestos.

Para empeorar las cosas, los proveedores (específicamente las aerolíneas) no han vuelto a su inventario de 2019. Esto significa más demanda en medio de menos oferta y presupuestos más ajustados.

¿Cómo afecta esto a sus compañeros? ¿Cómo están controlando los costos y entregando capacidad? Así que ¿qué puede hacer? Estamos viendo a nuestros clientes:

- Fomentar menos viajes más largos para hacer más de una sola vez.
- Agregar procesos de aprobación rápidos y previos a los gastos para asegurarse de que cada viaje cumpla con los requisitos comerciales.
- Aumentar los mensajes a los viajeros dentro de sus herramientas de reserva, para que puedan evaluar fácilmente el propósito y la necesidad de cada viaje.

Informe de perspectivas sobre gastos 2023, SAP Concur y Oversight Solutions



Anne Delgado, gerente de viajes globales de SAP, afirma que ella y su equipo están trabajando estrechamente con los proveedores en busca de soluciones creativas, como agregar tarifas con descuento para tarifas de clase ejecutiva de mayor precio para obtener acceso a más asientos. Y agregando tarifas de reuniones y eventos para reuniones a gran escala. También están alentando a los viajeros a ser más flexibles ante problemas de inventario, recordándoles que reserven con anticipación y estén listos para posibles cambios en sus horarios.

Roger Hale, de ADTRAV, asesora a sus clientes de viajes corporativos para que amplíen sus relaciones con los proveedores preferidos. Dado que la disponibilidad sigue siendo un desafío, es importante que los viajeros tengan múltiples opciones con descuento para cumplir con los requisitos de su misión. Además, los viajeros deben estar bien capacitados en cómo navegar con éxito por el entorno de viaje actual. Desde reservar con anticipación hasta aprovechar la tecnología, un viajero informado es un viajero más feliz y efectivo.

Abordar el enfoque del liderazgo con visibilidad del programa



Cuando los viajes se detuvieron en 2020, muchas organizaciones disfrutaron de un impulso final en los resultados finales al redirigir ese gasto o simplemente celebrando los ahorros. Al mismo tiempo, la mayoría de las compañías encontraron formas de hacer negocios sin tener que abordar aviones y trenes.

Como resultado, las organizaciones han cambiado la visión de los presupuestos de viajes y gastos, desde un punto de vista anterior a la pandemia, es el costo de hacer negocios al “necesitamos ver el retorno de la inversión para justificar los gastos”.

Por supuesto, eso pone a los líderes de viajes y sus presupuestos en el centro de atención, lo que ejerce una presión cada vez mayor sobre la elaboración de informes y análisis precisos. ¿Cómo responden los líderes de viajes?

Abordar el enfoque del liderazgo con visibilidad del programa

Lindsay Balram, de Alkermes, está en busca de nuevas cifras más allá de las métricas tradicionales. En lugar de mostrar los gastos en viajes por proveedor, viajeros principales o el centro de costos, se centra en el valor que ofrece el programa como porcentaje de los ingresos generales, el rendimiento de las ventas, etc. En lugar de que los proveedores le traigan métricas, ella se dirige a ellos con lo que está viendo, comparando perspectivas e identificando diferencias, motivos y causas raíz.

Ella está analizando estas métricas, haciendo que funcionen para su negocio y llevando una narrativa clara para el liderazgo.



Nari Narvani, exgerente global de viajes, gastos y tarjetas corporativas de Paccar, destaca que no se puede gestionar lo que no se conoce. Por lo tanto, el equipo de PACCAR utiliza sus soluciones de SAP Concur para obtener datos consolidados a nivel mundial y una visión integral de los gastos. Luego, pueden ver los gastos desde una perspectiva de gestión más amplia y usar la inteligencia para las negociaciones con los proveedores. En otras palabras, tienen datos que pueden poner a trabajar.



DESAFÍO 4:

Creación de un programa que demuestre que le importa

A medida que continúa la batalla por el talento, considere el hecho de que las políticas y experiencias de viajes tienen un gran impacto en la satisfacción laboral. Así que no se sorprenda si los candidatos y los empleados actuales desean revisar sus políticas de viajes mientras consideran una oportunidad laboral.

Al igual que sus compañeros, también querrá aumentar el énfasis en el bienestar de los empleados. Esté atento a cómo los viajes pueden estar sobrecargando a sus equipos y preste atención a las diferentes necesidades de los viajeros en edad de jubilación frente a los viajeros cada vez más jóvenes. Mantenga también el deber de protección en el centro de atención, asegurándose de que los líderes de viajes tengan las herramientas para mantener a los viajeros seguros.

¿Cómo manejan estos problemas sus compañeros?

Desde el punto de vista de las políticas, estamos viendo a los clientes de SAP Concur se asocian en equipo con RR. HH. para crear programas de viajes competitivos y atractivos, agregando beneficios como TSA Pre-Check en EE. UU. o el servicio de viajero registrado en el Reino Unido, además de afiliaciones en clubes y otros beneficios que hacen que viajar sea más cómodo.

Creación de un programa que demuestre que le importa

El equipo de **Alkermes** también está siguiendo este camino, lo que permite a los empleados comprar una afiliación anual de la aerolínea, por ejemplo, dándoles acceso a las salas club y ascensos en la categoría de asientos. Hace que viajar sea más fácil y agradable, pero también ofrece un aumento en la productividad al tiempo que ahorra en cosas como los costos de alimentos y bebidas.

Ed Phillips, gerente de viajes universitarios de la Universidad Estatal de Michigan (MSU), con sede en EE. UU., se está centrando en su base emergente de viajeros con conocimientos de tecnología y prioridad para dispositivos móviles, y se está asegurando de que el programa de la universidad integre las aplicaciones correctas en su experiencia de viaje. Esto puede mejorar todo, desde las solicitudes de viaje hasta la reserva y la conciliación. MSU también está vinculando una experiencia de reserva más atractiva con el deber de protección, al utilizar una comunicación creativa para que los viajeros sepan que los canales preferidos significan un mejor soporte cuando están de viaje.

Mejoras como esta han llevado a la adopción del 85% de la herramienta de reserva de MSU en un entorno en el que esas herramientas no son obligatorias. Sin embargo, los viajeros siguen teniendo flexibilidad.

[Concur TripLink](#) les permite reservar directamente con los proveedores, pero captura todos los datos necesarios para brindar seguridad y apoyo al viajero.

Christine Zajda, directora de Adquisiciones, Abastecimiento y Viajes en Feld Entertainment, utiliza el partner de SAP Concur, [RocketTrip](#), para equilibrar una experiencia de viaje positiva para los empleados con las opciones más rentables. RocketTrip muestra a los viajeros sus presupuestos y sus ahorros, que están vinculados a un programa de recompensas que ofrece puntos por cada decisión de gasto. En el primer año del programa, eso le ha ahorrado a la compañía un 36%. El equipo de Zajda también está replanteándose sus opciones de alojamiento. Los miembros del personal de giras de la compañía que están de viaje entre nueve y doce meses al año a menudo obtienen un Airbnb en lugar de alojarse en un hotel de cinco estrellas. Zajda señala que este tipo de experiencia no solo ha mejorado la calidad de vida de los viajeros, sino que ha ahorrado a la compañía más de \$100 000 en un año.



DESAFÍO
5:

Abordar los impactos de los viajes de un mundo de trabajo desde casa



Las fronteras cada vez más fluidas entre la vida en el trabajo y la vida en el hogar han afectado a todas las partes de cada negocio, incluidos los viajes. Hasta ahora, han surgido dos tendencias clave:

- El interés en los viajes que combinan negocios y placer se ha acelerado, ya que el tiempo de vacaciones personales se aplica a los viajes de negocios.
- El desafío de gestionar los viajes entre los hogares de los empleados y sus oficinas corporativas ha crecido exponencialmente.

En ambos casos, una política clara y la colaboración con RR. HH. son fundamentales.

Abordar los impactos de los viajes de un mundo de trabajo desde casa

El equipo de la oficina de viajes del **estado de Michigan** está modificando las políticas para asegurarse de que los trabajadores remotos y móviles se sientan cómodos y seguros con la gestión de gastos y viajes. Con el kilometraje, por ejemplo, las políticas fáciles de entender describen dónde debe comenzar el seguimiento del kilometraje y lo que es elegible para el reembolso.



En **ADTRAV**, el equipo de viajes ha creado una herramienta para ayudar a los agentes y clientes a gestionar fácilmente los viajes personales y de negocios, así como a dividir los gastos. Aconsejan a los clientes que definan claramente las políticas de viajes y los procesos operativos relacionados con este tipo de viajes, ya que la combinación de viajes de negocios y placer conduce a una mayor satisfacción de los empleados. Además de adaptarse a los viajes que combinan negocios y placer como este, el reciente aumento de los trabajadores remotos está obligando a las compañías a establecer políticas en cuanto a los reembolsos por viajes a la oficina.



DESAFÍO

6:

Adaptarse a más reuniones y a reuniones más pequeñas

Con una plantilla cada vez más distribuida, la necesidad de reuniones de equipo más pequeñas y frecuentes también ha aumentado. Es una forma efectiva de fomentar el trabajo en equipo para las personas que no entran en el mismo edificio todos los días o que nunca se ven en el carrito de café.

Y debido a que muchas compañías han reducido los espacios para reuniones dentro de sus propias instalaciones, equipos individuales de 5, 10 o 20 personas han tomado la iniciativa de reunirse.

¿Cómo manejan sus compañeros esta tendencia?

Los clientes de SAP Concur buscan herramientas tecnológicas sencillas para ayudar a los usuarios promedio, no a los planificadores y gerentes de eventos a tiempo completo, a brindar estructura, seguridad y ahorros a este tipo de reuniones. La [gestión de eventos de Concur por Groupize](#), por ejemplo, permite a estos equipos:

- Simplificar el registro y el seguimiento de los asistentes.
- Aplicar políticas con reglas y flujos de trabajo de aprobación.
- Utilizar paneles para realizar un seguimiento fácil de los gastos y apoyar el deber de protección.

Abordar activamente la sostenibilidad



La sostenibilidad ha pasado de ser un tema de conversación informal a una prioridad imprescindible para prácticamente todos los programas de viajes. La pregunta, por supuesto, es cómo. ¿Cómo crea las estrategias, políticas y herramientas que tienen un impacto real en el medio ambiente al reducir la huella ambiental de su programa de viajes?

Sus compañeros están empezando por medir.

Abordar activamente la sostenibilidad



Dorothy Chan, SCM y Sostenibilidad en Standard Chartered Bank, afirma que las buenas mediciones son clave para facilitar los análisis correctos sobre sostenibilidad. Las métricas hacen que la sostenibilidad sea real para los líderes: muestran a los equipos cómo centrar sus políticas y cómo ajustar las herramientas de viaje para que la elección más sostenible sea la más obvia.

Italo Belmattino, gerente de Transformación Financiera para PwC Italia, está de acuerdo. El equipo de PwC ha colaborado con SAP Concur para ofrecer mediciones precisas del impacto de las emisiones de sus viajes de negocios. Como resultado, los usuarios son más conscientes de sus opciones de viaje y el equipo puede medir con precisión las tendencias/progresos de las emisiones e influir en su cadena de suministro.

Apoyo y estrategia

Mientras haya viajes de negocios, habrá desafíos de viaje. También habrá miles de compañeros con innumerables herramientas, consejos y conocimientos para ayudarle a superar esos desafíos de frente.

Encontrará más apoyo, estrategias y tecnología **aquí**.

