

WAKEFIELD



Patrocinado por SAP

SAP Concur 

GLOBAL TRAVEL MANAGER REPORT

JUNIO DE 2021

Los travel managers están preparados para despegar

Los travel managers comprenden que el cambio es necesario para hacer que los viajes corporativos funcionen y han identificado áreas de interés para implementar nuevas políticas. **Casi todos los travel managers (99 %) esperan retos en los próximos 12 meses, y el más importante es comunicar y garantizar el cumplimiento de las nuevas políticas de viaje revisadas (60 %)**, seguido por los cambios o cancelaciones de última hora en las reservas (53 %) y los cambios en las normativas gubernamentales (51 %). Un problema clave será navegar por las complejidades de un panorama de viajes en constante cambio.

Los travel managers de América y Europa tienen casi el doble de probabilidades de esperar cambios en las normativas gubernamentales que en APAC.



El 60 % en **América** prevén cambios



El 58 % en **Europa** prevén cambios



El 31 % en **APAC** prevén cambios

Las nuevas políticas que empoderan a los viajeros de negocios podrían generar problemas logísticos para los travel managers. Casi la mitad de los travel managers afirman que sus trabajos son más desafiantes debido a que los viajeros quieren seleccionar alternativas a los viajes en avión (49 %) y tienen diferentes preferencias sobre dónde les gustaría alojarse (49 %). Esta expectativa coincide con el hecho de que los viajeros de negocios ahora dan prioridad a la flexibilidad (72 %) cuando se trata de viajes de negocios.

Los travel managers se enfrentan a la necesidad vital de incrementar los viajes con las realidades de los presupuestos de viajes que no han vuelto a los niveles anteriores a la COVID-19. Reconocen retos internos como la mayor dificultad para decidir quién viaja (42 %) y la reducción de los presupuestos de viaje (36 %). Elegir quién viaja es aún más difícil si se tiene en cuenta que el 96 % de los viajeros de negocios están dispuestos a viajar por trabajo.



El 42 % de los travel managers afirman que será un desafío determinar quién va a viajar.

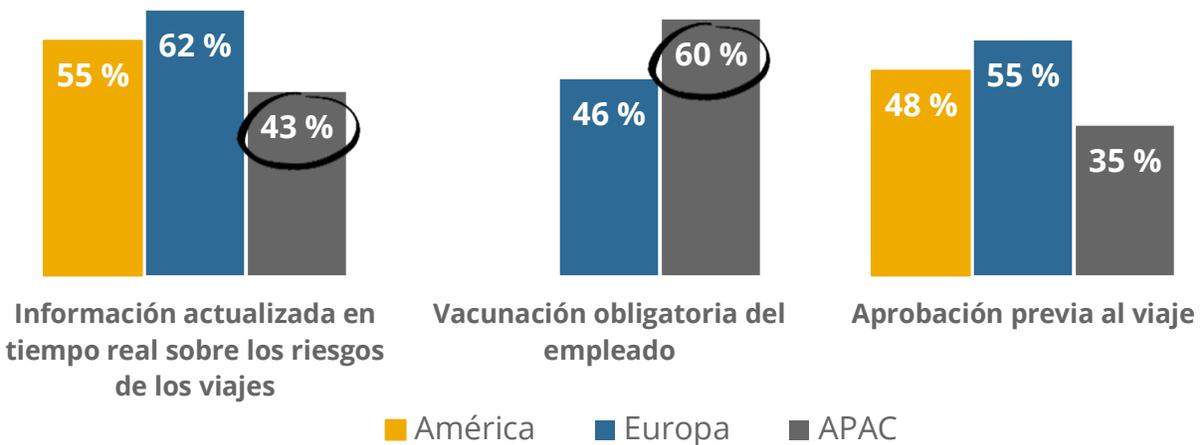
Un desafío aún más difícil por el hecho de que...



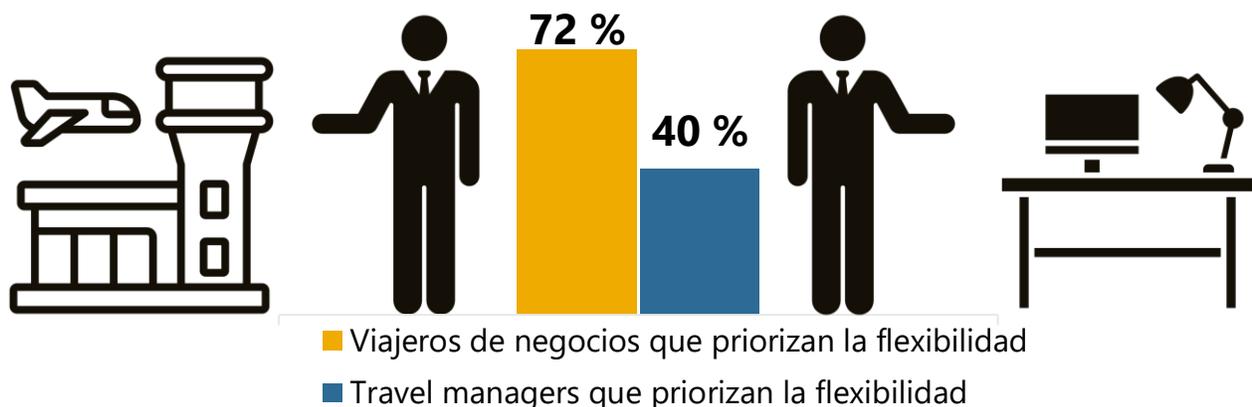
El 96 % de los viajeros de negocios están dispuestos a viajar.

El cambio de política de viajes también se producirá con bastante rapidez. **Todos los travel managers (100 %) esperan cambios en las directrices o políticas de viaje en los próximos 12 meses.** Las principales políticas son las actualizaciones y alertas en tiempo real sobre posibles riesgos de viaje (54 %) y la necesidad de vacunar a los empleados antes de viajar (51 %). El año pasado, algo más de un tercio (35 %) de los travel managers esperaba que su empresa implementara la aprobación previa al viaje a largo plazo. **Sin embargo, un año más tarde, la expectativa de que su empresa implemente las aprobaciones previas al viaje ha aumentado hasta casi la mitad (47 %).**

Próximas políticas de viaje que se implementarán



Es interesante destacar que, aunque el 72 % de los viajeros de negocios prioriza la flexibilidad cuando se trata de sentirse cómodos mientras viajan, solo el 40 % de los travel managers afirma que su empresa implementará una mayor flexibilidad en los viajes en los próximos 12 meses, lo que demuestra que las prioridades de los empleadores tal vez no coincidan con las de sus empleados.



La era de la COVID-19 ha reforzado la responsabilidad de los travel managers de hacer todo lo posible para mantener a los viajeros de negocios seguros y protegidos. **Casi la mitad de los travel managers esperan una mejora de las políticas de duty of care (47 %), además de permitir las reservas en sitios web de proveedores (46 %).** Esto está en consonancia con el 39 % de los viajeros de negocios que consideran esencial tener capacidad para reservar viajes directamente en los sitios web de los proveedores.

Los incrementos previstos en los presupuestos de viajes pueden conllevar restricciones. **Casi todos los travel managers (98 %) esperan que el gasto en viajes de su empresa aumente en los próximos 12 meses y, de media, esperan que el gasto en viajes aumente un 30 %.** A pesar de esto, más de 2 de cada 5 (44 %) siguen afirmando que su empresa limitará los viajes a viajes de negocios esenciales, lo que crea cierta tensión con el 68 % de los viajeros de negocios que desean viajar por negocios en los próximos 12 meses.

Los travel managers esperan que los viajes para las reuniones con los clientes se consideren lo más esencial. **Una mayoría dice que en los 12 próximos meses su empresa priorizará las nuevas reuniones de ventas (52 %) y las reuniones con clientes existentes (52 %).** A esto le sigue el viaje para reuniones internas a nivel ejecutivo (42 %) y conferencias, exposiciones o eventos del sector (38 %).



Y
Esperan un **aumento** medio del gasto del **30 %**

Los ejecutivos de las empresas están listos para reunirse de nuevo en persona, y los de América y Europa se muestran más propensos que los de APAC.



El 50 % en América esperan que se prioridad a las reuniones internas a nivel ejecutivo



El 46 % en Europa esperan priorizar las reuniones internas a nivel ejecutivo



El 31 % en APAC esperan que se dé prioridad a las reuniones internas a nivel ejecutivo

Enfoque en la sostenibilidad

Es posible que el COVID-19 paralizara los viajes, pero los travel managers siguieron adelante con ajustes de sostenibilidad en la política. **Más de dos tercios (69 %) de los travel managers afirman que han realizado actualizaciones para centrarse más en la sostenibilidad y otro 22 % afirman que piensan realizar estos cambios en los 12 próximos meses.** Los vínculos más sólidos con sus comunidades pueden estar impulsando el que las empresas más pequeñas se estén esforzando por lograr viajes sostenibles; las empresas más pequeñas están más centradas en el objetivo de los viajes sostenibles (77 %, en comparación con un 62 % de las empresas más grandes).

Ciertos mercados aprovecharon el confinamiento para avanzar hacia unos viajes más sostenibles. Es más probable que los travel managers de APAC (77 %) hayan actualizado sus políticas o directrices de viajes que sus homólogos de América (67 %) y Europa (66 %).



Y es probable que los viajeros de negocios acojan con agrado los movimientos respetuosos con el medio ambiente. **Casi 2 de cada 3 (63 %) esperan realizar cambios más sostenibles en sus hábitos de viaje,** incluido un 32 % que dará prioridad a viajes con distancias más cortas, un 31 % que evitará las escalas y un 26 % que priorizará alternativas a los viajes en avión.

Conclusión

Aunque los travel managers demuestran que sus empresas se están adaptando a las normas de viajes cambiantes, también necesitan priorizar la flexibilidad de cara al futuro. Para ello, los travel managers pasarán a un papel aún más estratégico en su empresa a medida que se aseguran la aceptación por parte de los directivos.



El regreso a los viajes responsables supondrá numerosos desafíos para los travel managers. Deben abordar cuestiones como el cumplimiento normativo, el presupuesto y un duty of care más sólido como parte del cumplimiento de las mayores expectativas de los viajeros.

Los travel managers necesitan herramientas y soluciones que les permitan cumplir con las prioridades empresariales y proporcionar a los viajeros de negocios la mayor flexibilidad que desean. Lograr ese equilibrio será esencial en un mundo empresarial con nuevas expectativas.



ACERCA DE WAKEFIELD RESEARCH

Wakefield Research es un proveedor líder independiente de investigación de mercado e inteligencia de mercado cuantitativa, cualitativa e híbrida. Wakefield Research apoya a las marcas y agencias más prominentes del mundo, incluidas 50 de las Fortune 100, en 90 países. Nuestro trabajo se presenta regularmente en medios.

Para obtener más información, visite: www.wakefieldresearch.com

Para obtener más información sobre estudios anteriores, visite: [Global Travel Manager Report 2020](#)



NOTAS METODOLOGICAS

La encuesta SAP Concur Survey – Business Travelers fue realizada por Wakefield Research entre el 15 de abril y el 10 de mayo de 2021, entre 3850 viajeros de negocios en 25 mercados: EE. UU., Canadá, Brasil, México, LAC (Colombia, Chile, Perú y Argentina), Reino Unido, Francia, Alemania, región ANZ (Australia y Nueva Zelanda), región SEA (Singapur y Malasia), China, Hong Kong, Taiwán, Japón, India, Corea, Italia, España, Dubái, Benelux (Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo), Sudáfrica, Suecia, Dinamarca, Noruega y Finlandia. Los datos se han ponderado para garantizar una representación fiable de la población de viajeros de negocios en cada mercado. El margen general de error para este estudio es de +/-1,6 al nivel general, con una confianza del 95 %.

La SAP Concur Survey – Travel Managers fue realizada por Wakefield Research entre el 15 de abril y el 10 de mayo de 2021, entre 700 travel managers en 7 mercados, entre ellos, EE. UU., México, Reino Unido, Francia, Alemania, región SEA (Singapur, Malasia) y Hong Kong. El margen general de error para este estudio es de +/-3,7 al nivel general, con una confianza del 95 %.



PATROCINADO POR:

SAP Concur 

 **WAKEFIELD**

WAKEFIELDRESEARCH.COM