

Anexo del informe de SAP Concur para España

Los datos específicos del mercado en este anexo forman parte de la encuesta de SAP Concur realizada a 4.850 viajeros de negocios, definidos como aquellos que viajan por negocios más de 3 veces al año. La encuesta incluye a viajeros de 23 mercados globales: EE. UU., Canadá, Brasil, México, Reino Unido, Francia, Alemania, región de ANZ (Australia y Nueva Zelanda), región SEA (Singapur y Malasia), China Continental, Hong Kong, Taiwán, Japón, India, Corea, Italia, España, Dubái, Benelux (Bélgica, Holanda y Luxemburgo), Suecia, Dinamarca, Noruega y Finlandia.

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 la lista Fortune 100, en más de 90 países. Nuestro trabajo se presenta regularmente en medios.

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

Los viajeros de negocios españoles están preocupados, pero saben que es importante volver al negocio. Casi la mitad de los viajeros de negocios españoles se sienten preocupados (49 %, en comparación con un 39 % en todo el mundo) sobre la reanudación de los viajes una vez que se levanten las restricciones, pero más de 1 de cada 5 (22 %) también se sienten entusiasmados. Una mayoría (55 %) tiene sentimientos positivos sobre viajar de nuevo. Esto podría deberse a que casi la mitad de los viajeros de negocios españoles (46 %) prevén menos contratos o acuerdos, y el 42 % prevé una reducción de nuevos negocios debido a la falta de reuniones presenciales.

Los viajeros de negocios españoles pronostican una nueva normalidad para los viajes de negocios después de la COVID.

Casi todos los viajeros de negocios españoles (97 %) esperan una “nueva normalidad” con normas y prácticas cambiantes, incluidas las mascarillas (61 %) y el uso de desinfectantes de manos (51 %). Casi la mitad (49 %) pronostica que se aplicará el distanciamiento social a los viajes, y el 38 % pronostica saludos alternativos sin tocarse para sustituir los apretones de manos. Más de 1 de cada 3 (35 %) también prevé limitar el uso de transporte público, el 30 % espera priorizar la ruta más corta entre ubicaciones, como vuelos directos, y el 31 % pronostica el uso de su vehículo personal para viajar.

Sin embargo, aunque es posible que los viajes sean distintos después de la COVID, el 60 % de los viajeros de negocios españoles no espera limitar de forma rutinaria la asistencia a eventos y conferencias.

El viaje en sí es la etapa más estresante de viajar para los viajeros de negocios españoles.

Dos de cada cinco (40 %) viajeros de negocios españoles dicen que experimentan el mayor estrés durante el viaje, en comparación con el 32 % que dice que es antes del viaje y el 28 % que dice que después del viaje. No es sorprendente que más del doble de los viajeros de negocios españoles (28 %) afirmen que la salud y la seguridad son su máxima prioridad en comparación con quienes citaron las necesidades de la empresa (12 %).

Casi todos los viajeros de negocios españoles consideran que algunas medidas son esenciales para viajar de nuevo de forma segura.

Lo más importante son las pruebas de salud personal obligatorias para los viajeros (50 %, en comparación con el 39 % en todo el mundo), facilitar el acceso a equipos de protección individual (37 %) e incentivar a los empleados para viajar (33 %). Estas nuevas medidas podrían ser la razón por la que el 27 % también cree que las aprobaciones previas al viaje son esenciales para viajar de nuevo de forma segura.

Un contundente 93 % de los viajeros de negocios españoles dice que la formación por parte de la empresa sería beneficiosa, especialmente la formación sobre cómo proteger su salud y seguridad (48 %) mientras viajan y se preparan para un viaje próximo (33 %). En particular, el 30 % está interesado en formación sobre cómo viajar de forma más sostenible.

Los viajeros de negocios españoles quieren tecnología que pueda seguir el ritmo.

Las características más importantes de las aplicaciones móviles para los viajeros de negocios españoles incluyen información de seguridad para los viajeros (45 %) y la posibilidad de ver y gestionar su itinerario de viaje (42 %). Casi un tercio (32 %) quiere notificaciones automáticas para reservas o gastos fuera de la política, y el 16 % quiere la capacidad de realizar un seguimiento y compensar su huella de carbono.

Cuando se reanuden los viajes, es más probable que los viajeros de negocios españoles reserven directamente con una aerolínea u hotel (24 %), pero también recurrirán a los recursos proporcionados por la empresa, como la herramienta de reservas de viajes online de su empresa (23 %) y la agencia de viajes o el departamento de viajes (22 %).



INVESTIGACIÓN DE MERCADO | SONDEO DE PR | SERVICIOS DE APOYO DE INVESTIGACIÓN

WAKEFIELDRESEARCH.COM



NOTAS METODOLÓGICAS

La encuesta "SAP Concur Survey of Business Travelers" fue realizada por Wakefield Research (www.wakefieldresearch.com) entre el 20 de mayo y 9 de junio de 2020. La encuesta se realizó entre 4.850 viajeros de negocios que viajaban por trabajo y requirieron una pernoctación más de 3 veces al año. La encuesta se realizó en 23 mercados: EE. UU., Canadá, Brasil, México, Reino Unido, Francia, Alemania, región de ANZ (Australia y Nueva Zelanda), región SEA (Singapur y Malasia), China Continental, Hong Kong, Taiwán, Japón, India, Corea, Italia, España, Dubái, Benelux (Bélgica, Holanda y Luxemburgo), Suecia, Dinamarca, Noruega y Finlandia.

Los resultados de cualquier muestra están sujetos a variaciones. El margen global de error de esta encuesta de 4.850 encuestados es de +/- 1,4 con una confianza del 95 %. Es decir, las probabilidades son que el 95 por ciento del resultado de la encuesta no varíe, más o menos, en más de 1,4 puntos porcentuales del resultado que se obtendría si se hubieran realizado entrevistas entre todas las personas del universo representado por la muestra. Los márgenes son ligeramente mayores para los subgrupos. El margen de error de los 500 encuestados de España en este estudio es de +/- 9,8 con una confianza del 95 %.