

Viajes y gastos 2024

Cuatro tendencias y predicciones de los expertos en el sector.

SAP Concur



¿A dónde vamos?

No hay una bola de cristal en los negocios. Pero hay personas brillantes: personas con suficiente experiencia en suficientes lugares, que han pasado por suficientes altibajos económicos para saber qué esperar y cómo sortear lo inesperado. Son personas al mando de tecnología sofisticada e inteligente de viajes y gastos (T&E), y eso les da la previsión más clara posible de lo que se avecina.

En las siguientes páginas, escuchará lo que tienen que decir sobre la apertura a la IA, la reducción de costos, el uso de datos para predecir tendencias y, finalmente, avanzar en la eterna solicitud de sus partes interesadas: Hacer más con menos.

Siga leyendo para ver lo que predicen, por qué es importante y cómo puede estar preparado.

Predicción N.º 1:

La tecnología (y un toque de flexibilidad presupuestaria) aumentará la confianza.



“Las organizaciones deben adoptar un enfoque realista de la planificación para 2024, desarrollar cierta flexibilidad para corregir el rumbo según sea necesario y apoyarse en las ventajas de las tecnologías emergentes. La adopción de la IA, la automatización y la analítica de datos ayudará a los equipos de finanzas a aportar mayor estrategia a la tabla organizacional y a encontrar una mayor sensación de confianza en medio de la incertidumbre”.

– Tom Lavin, director de Control, Marketing y Soluciones de SAP

Ahí está de nuevo esa palabra, "incertidumbre". Y sí, la economía es incierta. (¿Hubo alguna vez un momento en el que fuera algo seguro?) Pero ya sea volando alto o desmoronándose, más probablemente en algún punto medio, hay una cosa en la que puede confiar: Las compañías que pueden avanzar con confianza están utilizando herramientas inteligentes.



El 90% de los líderes financieros sénior están de acuerdo en que su tarea clave es **prepararse para lo inesperado**.¹



Casi el 62% de los directores financieros **consideran la IA una herramienta esencial** para gestionar lo inesperado.¹



El 56% de los directores financieros considera la **creciente complejidad de la previsión y elaboración de presupuestos** un desafío para su compañía.¹



El 55% de los directores financieros están **invirtiendo en herramientas de analítica de datos y elaboración de informes** para abordar los desafíos de previsión.¹

El próximo año, seguirá viendo cómo la automatización y la analítica de la IA ayudan a los líderes empresariales a adaptarse al cambio, mejorar la gestión de riesgos y hacer que la previsión sea más rápida y precisa. Por ejemplo:

“En lugar de analizar manualmente los datos para hacer conjeturas informadas, alguien en finanzas, viajes y operaciones podría simplemente delegar ese trabajo a una computadora. Mediante el uso de la IA generativa, la computadora podría proporcionar recomendaciones respaldadas por datos, teniendo en cuenta patrones que un humano puede que nunca note, como el momento ideal para reservar un viaje de negocios o la fecha óptima para una reunión de equipo para minimizar los costos de viaje, y garantizar que la compañía utilice los recursos de la mejor manera posible”.

– Tim Lebel, vicepresidente y director de Productos de Gastos de SAP Concur

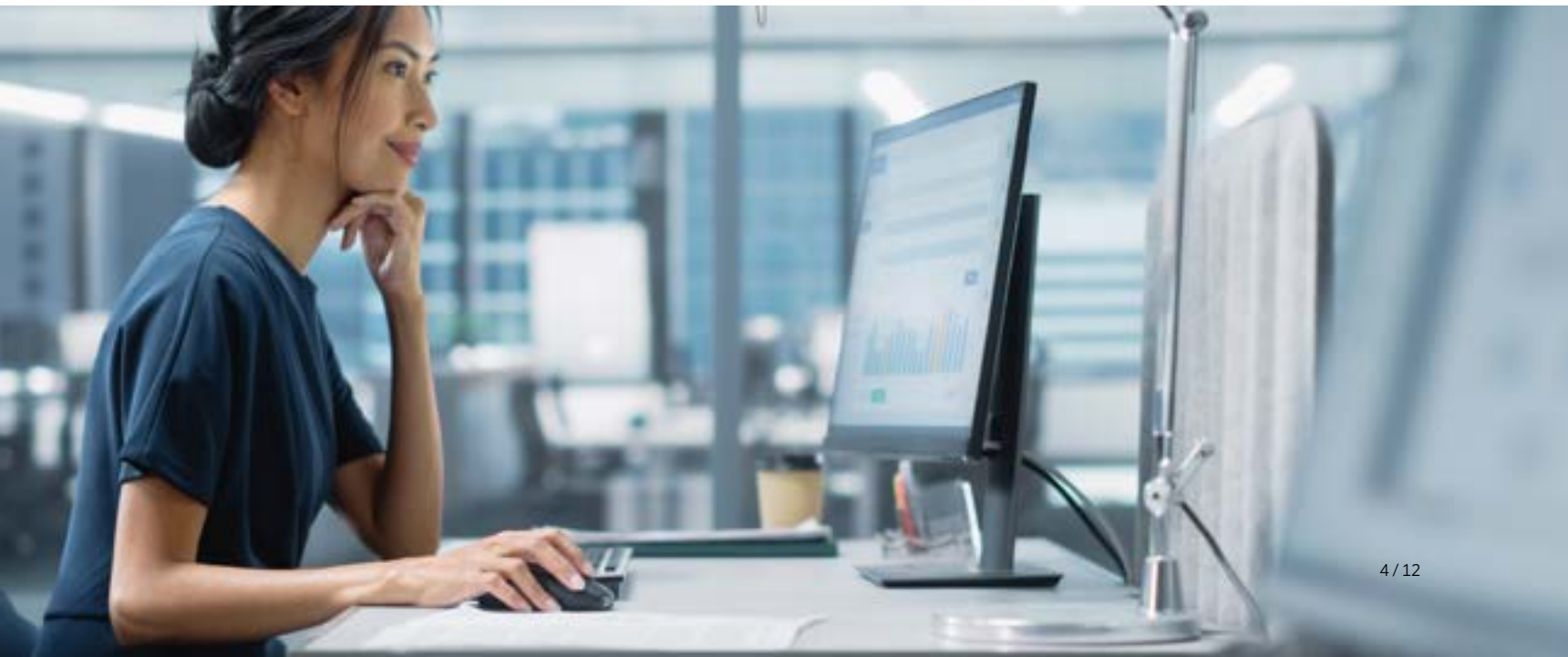
También empezará a ver más herramientas de analítica predictiva que se utilizan para analizar datos y obtener información, perspectivas que informan y mejoran las operaciones comerciales no solo en la gestión de gastos, sino en toda la compañía.

Sin embargo, hay que tener en cuenta el problema de los datos, y eso es, francamente, tener demasiado. ¿Todos esos datos son precisos? ¿Es accesible? ¿Es abrumador? La IA puede ayudarle a conseguir justo lo que necesita, pero el reto sigue siendo la precisión. Caso en cuestión: incluso si ha actualizado su infraestructura de analítica, solo ofrece valor si le proporciona información sólida y precisa.

Según Katie Evans, directora de Investigación de Pequeñas y Medianas Empresas en [IDC](#), “las compañías de todos los tamaños pueden utilizar la IA generativa para ayudar a llenar los vacíos de datos y hacer el trabajo más rápido. Pero les preocupa la calidad de sus datos, y deberían estarlo, porque la IA generativa es una devoradora de datos”.

La conclusión

Las tecnologías que incluyen inteligencia artificial y mejoran la calidad y la facilidad de uso de sus datos serán fundamentales para adaptarse al cambio. Las soluciones de T&E que elija harán o desharán su capacidad de evolucionar y competir con confianza. [Así es cómo. >](#)



Predicción N.º 2:

Más pagos serán virtuales.

“En lugar de utilizar una tarjeta de crédito de la compañía, los empleados podrán utilizar pagos virtuales para todos los gastos empresariales, incluidos los viajes. A su vez, comenzaremos a ver surgir dos tipos de transacciones: las de confianza y las excepciones. La mayoría de las transacciones utilizarán métodos de pago de confianza y la IA las validará rápidamente como conformes, lo que permitirá un reembolso casi inmediato. Las excepciones activarán auditorías automatizadas impulsadas por IA para garantizar el cumplimiento. En ambos casos, los pagos se emitirán más rápido y con mayor facilidad”.

— Christopher Juneau, director de Estrategia de Mercado de SAP Concur

Cada compra es un riesgo. Piénselo: cada vez que se paga algo de su bolsillo o se pone en una tarjeta corporativa, o cuando se envía una factura a cuentas por pagar, hay cierto riesgo. ¿Por qué? Porque cuando el dinero ya se ha gastado, las finanzas ya han perdido los dos aspectos más importantes del gasto: perspectivas y control.

Por su propia naturaleza, las tarjetas virtuales/los pagos virtuales abordan esos problemas. Requieren aprobación previa e incluyen controles detallados, por lo que alguien de su equipo no puede comprar una nueva computadora portátil sin obtener el visto bueno, y un equipo de contratistas que viaja no puede gastar más de sus límites preestablecidos en, por ejemplo, habitaciones de hotel. Usted tiene el control sobre cuándo se pueden utilizar los pagos virtuales, dónde se pueden usar y cuánto se puede gastar.





Entonces, ¿por qué, cuando esta tecnología tiene prácticamente décadas de antigüedad, los pagos virtuales son una tendencia en este momento? ¿Por qué el 45% de los líderes financieros citaron las tarjetas virtuales como una de las principales formas en que los viajes y gastos de los empleados han cambiado en el último año?²

Según Andrew Jamison, director ejecutivo y cofundador de la plataforma de gestión de gastos de [Extend](#):

- Los tiempos económicos ajustados inspiran innovación, por lo que la tecnología de control de costos se adopta con mayor rapidez.
- La pandemia aceleró la aceptación de pagos sin contacto y otros pagos digitales en el punto de venta y en pagos basados en facturas, por lo que las opciones virtuales se están convirtiendo en la norma.
- Las billeteras digitales y otras tecnologías han mejorado la facilidad de uso de las tarjetas y los pagos virtuales.

Como explica Jamison, los líderes financieros finalmente están adoptando esta útil herramienta virtual y, como resultado, obtienen un mayor control sobre los costos, más visibilidad de los gastos y, como resultado, una mayor eficiencia. Están liberando a su equipo para que se centren en las excepciones en lugar de examinar cada cargo, y debido a que todo el trabajo de conciliación se realiza automáticamente, están reduciendo las horas incalculables de conciliación de fin de mes.

La conclusión:

Cuando se desea facilitar a las personas las compras de lo que necesitan para trabajar, y ese proceso realmente le da mayor control sobre lo que están gastando, los pagos virtuales son la opción obvia. Solo tiene que buscar una solución que le permita integrar los pagos y la incorporación directamente en sus sistemas, para que pueda optimizar todo el proceso. [Así es cómo. >](#)

² Empower The Future Of Work With Intelligent Travel and Expense Solutions, un estudio realizado por Forrester Consulting en nombre de SAP Concur, mayo de 2023.

Predicción N.º 3:

Las medidas de reducción de costos crearán tensión en los viajes de negocios.



“A medida que las organizaciones elaboran sus planes y políticas de viajes de negocios para 2024, otro año de precaución presupuestaria se convertirá en una fuente de creciente tensión con los empleados. Si bien los presupuestos pueden aumentar, hacer más con menos en respuesta a la inflación seguirá siendo el mantra organizacional de 2024”.

– Amy Padgett, vicepresidenta de Estrategia de Marketing de Viajes



El 64% de los líderes de T&E afirman que su compañía está **bajo presión para gestionar los costos** y aprovechar más sus recursos.³



Y no es de extrañar que la reducción de costos cause tensión, pero cuando el 92% de los viajeros de negocios dicen que **el futuro de sus carreras depende del éxito de los viajes de negocios** en los próximos 12 meses, está claro que los viajes pueden ser personales.⁴

³ Empower The Future Of Work With Intelligent Travel and Expense Solutions, un estudio realizado por Forrester Consulting en nombre de SAP Concur, mayo de 2023.

⁴ Informe global de viajes de negocios de SAP Concur 2023

Hacer más con menos significa más escrutinio al momento de determinar los viajes que son necesarios. Y si llegan a viajar, los viajeros pueden tener dificultades para sentirse cómodos con opciones de viaje menos cómodas, simplemente porque los gastos son más ajustados. Y esto afecta más que las carreras y el éxito de las ventas:

- Los avances tecnológicos se producen a una velocidad vertiginosa, por lo que las cualidades humanas como la empatía y la creatividad, que se profundizan con la interacción cara a cara, se vuelven cada vez más vitales. Al igual que los viajes que respaldan estas conexiones humanas.
- Los viajes de negocios se están convirtiendo en un privilegio y se consideran cada vez más políticos. **El 62% de los viajeros, por ejemplo, sienten que no siempre han tenido la misma oportunidad** de viajar que otros en su compañía.⁴ Esto incluye:
 - El 31% de los viajeros de negocios LGBTQ+ sienten que no tienen igualdad de oportunidades para viajar debido a su orientación sexual.⁴
 - El 29% de los viajeros de negocios de la generación Z sienten que están perdiendo la oportunidad debido a su edad.⁴
 - El 23% de las mujeres cree que es por su género.⁴
- La medida más común que han tomado las pequeñas y medianas empresas para apretarse el cinturón de viaje es exigir a los empleados que permanezcan en alojamientos de menor costo y/o áreas menos seguras. Mientras tanto, el 91% de los viajeros están dispuestos a rechazar un viaje de negocios asignado por razones como problemas de salud y seguridad.⁴

Pregúntese: ¿Qué sucede con la moral cuando los empleados se sienten desconectados e ignorados? ¿Qué se está perdiendo si ignora las expectativas de flexibilidad y seguridad en los viajes? ¿Cómo puede esperar retener el talento cuando ese talento no se siente escuchado?

⁴ Informe global de viajes de negocios de SAP Concur 2023 >



La conclusión:

Cuando se ve obligado de nuevo a hacer más con menos, tiene que asignar los costos de forma eficiente. Sin embargo, sus políticas aún deben reflejar las expectativas de los empleados, proporcionar un acceso equitativo a los viajes y cumplir con su compromiso de deber de protección. [Así es cómo. >](#)

Predicción N.º 4:

La sostenibilidad y NDC se convertirán en estándares de los programas de viajes.

“La aceleración de la NDC entre las aerolíneas, GDS, TMC y OBТ impulsará al sector hacia una mentalidad de cuando, no de si. Las NDC, combinadas con la reducción de los pagos a los proveedores a las TMC, pueden causar problemas de crecimiento y ejercer presión sobre los acuerdos económicos existentes en el sector. Las TMC seguirán buscando más eficiencias y fuentes alternativas de ingresos, lo que también puede conducir a una consolidación continua. Al mismo tiempo, las iniciativas corporativas más grandes, como la mejora de la sostenibilidad y la diversidad, la equidad y la inclusión (DEI), seguirán trasladándose a los programas de viajes de la compañía, lo que impondrá nuevas responsabilidades de mayor propósito a los gerentes de viajes”.

– Charlie Sultan, presidente de Concur Travel

NDC, o nueva capacidad de distribución, es un estándar de transmisión de datos basado en XML que transforma la forma en que los productos de las aerolíneas se venden al por menor a viajeros de negocios y de placer. Esto permite a las aerolíneas ofrecer contenido más enriquecido a las agencias de viajes, los sistemas de distribución global (GDS) y compañías de gestión de viajes (TMC) a través de API. Entonces, ¿qué significa eso? Personalización. Piense en diferentes tarifas de viaje y beneficios para pasajeros, compañías o funciones específicas.

Y aunque eso puede ser muy útil, no está exento de inquietudes:

- Los líderes de viajes aún deben aplicar políticas, mantener la visibilidad de los gastos, respaldar el deber de protección, obtener sus tarifas negociadas y el cumplimiento con el RGPD.
- Llevar el nuevo contenido al nuevo formato puede ser problemático porque no es solo la aerolínea y el gerente de viajes los que necesitan arreglar las cosas, sino también el GDS, la herramienta de reservas en línea (OBТ) y el resto del ecosistema.
- Cada aerolínea, OBТ y TMC tiene su propio enfoque, por lo que los gerentes de viajes tendrán que averiguar cómo van a obtener el contenido y cómo funcionará con sus propias herramientas de reserva.
- Con el impacto de NDC en todo el ecosistema de viajes, todos, desde los GDS hasta las TMC, tendrán que reevaluar su valor.



En el futuro, cambiaremos del acceso a la activación: ¿cómo los programas de viaje ponen a funcionar este contenido? Y eso plantea algunas preguntas más: Una vez que se realiza una reserva de NDC, ¿cómo se realiza el servicio? ¿Cómo acceden las TMC y los equipos de viajes a la información para ayudar a los viajeros que la necesitan? ¿Podemos combinar contenido NDC y no NDC en un solo itinerario?

“Para mí, los siguientes pasos con NDC consisten en ver cómo la personalización, las compras basadas en atributos y otras ventajas cobran vida. La esperanza es que podamos beneficiarnos de los paquetes y hacer cosas más emocionantes con el contenido que llega a través de este nuevo canal. También se trata de ver el impacto en todo el ecosistema de viajes, ya que todos, desde los GDS hasta las TMC y las herramientas de reserva en línea, tienen que replantearse su valor”.

— Katie Virtue, directora de Consultoría de Proveedores de Festive Road

La sostenibilidad está en un camino similar, con organizaciones e industrias con diferentes vencimientos, pero algunas cosas están muy claras.

Los viajeros quieren viajes sostenibles:

 El 89% tomará medidas adicionales para **reducir el impacto ambiental de sus viajes de negocios** en los próximos 12 meses.⁴

Las compañías están viendo el valor:

 El 86% de los líderes empresariales ven la sostenibilidad como una inversión que **protege a la organización de las interrupciones**.⁵

 El 83% afirma que las actividades de su programa de sostenibilidad **generaron directamente valor a corto y largo plazo** para su organización.⁵

 Cuatro de cada cinco líderes consideran que la sostenibilidad ayuda a su organización a **optimizar y reducir costos**.⁵



⁴ Informe global de viajes de negocios de SAP Concur 2023 >

⁵ 2022 Gartner®, Sustainable Business Strategy for a Positive Social and Environmental Impact >



El próximo año, Virtue, de [Festive Road](#), espera que las compañías de Europa y otros mercados incorporen esfuerzos de sostenibilidad en una etapa más temprana del proceso de viaje. Por ejemplo, su herramienta de reservas puede ofrecer consejos de sostenibilidad durante la reservación, como tomar un tren en lugar de volar o extender un viaje para maximizar el valor. También trabajarán en los requisitos operativos y de presentación de informes para mantener el cumplimiento a medida que las regulaciones sigan cambiando.

En EE.UU. y otros mercados donde la sostenibilidad va a un ritmo más lento, Virtue predice que el término aparecerá más en las RFP a medida que las compañías exijan ofertas más ecológicas de los proveedores. Habrá un mayor cambio de la conciencia a la acción, que hará que la sostenibilidad sea una parte más tangible de los programas y políticas de viajes. Y habrá nuevas formas para que los empleados aprendan y actúen sobre la reducción del impacto de los viajes de negocios.

Y no importa en qué parte del mundo se encuentre, puede esperar un enfoque continuo y creciente en las iniciativas de diversidad, equidad e inclusión (DEI) bajo el paraguas de la sostenibilidad.

La conclusión:

Los viajes de negocios serán más personalizados y sostenibles, pero llegar allí no será necesariamente un viaje fácil. Tendrá más que gestionar, ya que las nuevas fuentes de contenido, así como los esfuerzos adicionales de sostenibilidad y DEI son de su responsabilidad, pero puede acceder a perspectivas que le ayudarán a prepararse. [Así es cómo. >](#)

Estas pueden ser predicciones, pero se basan en evidencia.

Nadie sabe con certeza lo que viene, pero nadie sabe mejor hacia dónde se dirigen los T&E que los expertos citados aquí, y todos los demás que contribuyeron. Ellos ven lo que llega a sus escritorios cada día, cómo está de moda, cómo va evolucionando y cómo puede estar preparado.

Si desea profundizar un poco más, [consulte Four Ways to Future-Proof Your Business \(Cuatro maneras de preparar su compañía para el futuro\)](#), un examen de problemas financieros fundamentales, desde dominar los costos y el cumplimiento hasta el aumento de la productividad y la moral.

GARTNER es una marca comercial y marca de servicio registrada de Gartner, Inc. y/o sus filiales en EE. UU. e internacionales y se utiliza en el presente documento con permiso. Todos los derechos reservados.

enUS(23/12)

© 2023 SAP SE o una compañía afiliada de SAP. Todos los derechos reservados. Consulte el Aviso legal en www.sap.com/legal-notice para conocer los términos de uso, las cláusulas de exención de responsabilidad, divulgaciones o restricciones relacionados con los materiales de SAP para el público general.

