

# Los viajes corporativos están por todas partes

Las agencias de viajes se adaptan para dar orientación.

THE BEST RUN





## Es difícil saber hacia **dónde se dirigen las cosas.**

Cuando entra en cualquier estación de tren o aeropuerto, puede parecer que las cosas vuelven a la normalidad. Pero para cualquier persona que se encargue de los viajes empresariales, la “normalidad” cambió hace 18 meses y nada ha vuelto a ser igual desde entonces.

La forma en que las empresas piensan en pasar de un punto a otro ha cambiado completamente, y esta evolución no ha hecho más que comenzar. Por eso, cuando empiece a reservar viajes y a programar reuniones fuera de la ciudad, que no sean por vídeo, necesitará una gran cantidad de ideas y experiencia. Como siempre han hecho, las empresas y los travel managers recurren a las agencias de viajes para que les ayuden a encontrar las respuestas, y lo que encuentran es que la colaboración es tan valiosa como la información.

**La forma en que las empresas y las agencias de viaje trabajan juntas, en otras palabras, está cambiando tanto como los viajes.**

# Los viajeros no son caprichosos, solo quieren que las cosas sean flexibles.

Sus infatigables viajeros están deseando volver a salir, tienen clientes a los que cuidar y sus propios objetivos que alcanzar. Al mismo tiempo, exigen más de su programa de viajes de lo que usted puede estar listo a ofrecerles. Estas demandas competitivas y altas expectativas están haciendo que su trabajo sea aún más complejo, pero las cifras no se pueden ignorar.



## PONGÁMONOS EN MARCHA.

- AI** 38 % de los viajeros de negocios les preocupa que, si no pueden viajar, será difícil construir nuevas relaciones con los clientes.
- AI** 45 % le preocupa el desarrollo y el mantenimiento de conexiones comerciales.
- EI** 54 % desea viajar para establecer conexiones personales con clientes y compañeros.

Fuentes: 2021 Global Business Traveler Study



## PRIMERO, ASEGUREMOS CIERTOS MÍNIMOS.

- EI** 72 % clasifica la flexibilidad como el principal impulsor de los viajes de negocios, muy por delante de las demandas relacionadas con la vacunación, con un 62 %.
- EI** 90 % de los viajeros de negocios espera que su empresa proporcione beneficios para garantizar su salud y seguridad mientras viajan.
- EI** 92 % espera cambios en su rutina de viaje, lo que incluye alojarse en hoteles más grandes con mayor frecuencia, elegir un vehículo personal en lugar de transporte público y priorizar los viajes nacionales.

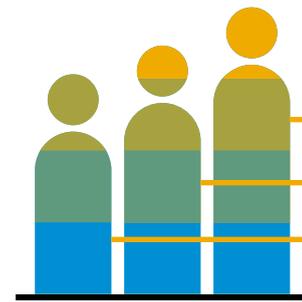
Fuentes: Estudio mundial sobre viajeros de negocios de 2021

Los viajeros quieren estar seguros, felices y productivos y necesitan las herramientas y la tecnología necesarias para garantizar que sus viajes salgan así de bien. Usted quiere lo mismo, pero tiene gastos, un presupuesto y el llamado “cumplimiento” que ha de tener en cuenta. Entonces, ¿cómo puede mantener a todos contentos y minimizar la fricción entre los viajeros, los travel managers y los compradores de viajes?

# Cambiando la mentalidad de “gestión de viajes” a “gestión del viajero”.

Para muchas organizaciones y programas como el suyo, replantearse las relaciones entre quienes gestionan los viajes y quienes los hacen es la clave para renovar su programa de viajes. Otra clave, por supuesto, es manejarlo todo con flexibilidad.

## Por ejemplo, tomemos estas situaciones hipotéticas:

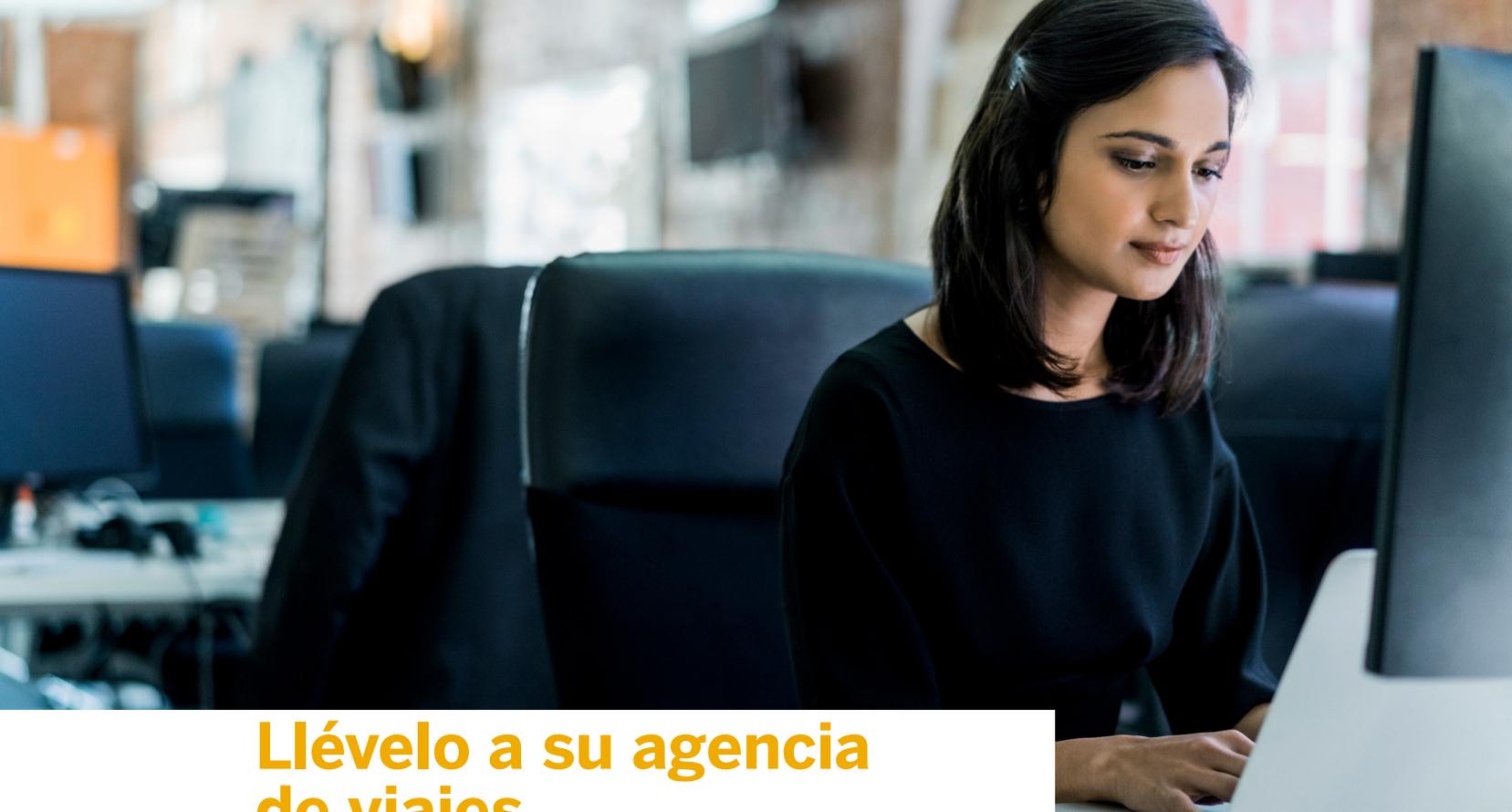


Los viajeros pueden estar listos para volver a salir, pero sus empleadores no. Esto significa contar con las herramientas, la comunicación y la educación adecuadas para gestionar las expectativas de los viajeros.

Por otro lado, una empresa puede estar lista para iniciar su programa de viajes, pero sus viajeros pueden no sentirse cómodos con la idea. En este caso, es posible que las empresas necesiten tener en cuenta un proceso de “exclusión voluntaria” para aquellos que aún no están listos.

Incluso si tanto los viajeros como sus organizaciones están preparados, los clientes y clientes potenciales podrían no estarlo. Dado el hecho de que muchas empresas aún no han exigido a sus empleados que regresen a la oficina, usted podría encontrarse con restricciones de reuniones, obstáculos en la ubicación y políticas sobre si reunirse o no.

También debe tener en cuenta que, si todo esto entra en vigor, si los viajeros, las empresas y los clientes están todos preparados, querrán moverse rápidamente y querrán que su programa de viajes esté actualizado después de un año de inactividad. Para ayudarles, tendrá que satisfacer sus necesidades en materia de seguridad y el deseo de volver a salir.



## Llévelo a su agencia de viajes.

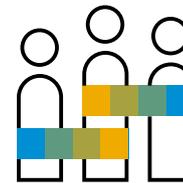
Las agencias de viajes han pasado por los mismos cambios y desafíos que el resto de nosotros, pero van por delante. Como ven hacia dónde se dirigen los viajes, pueden ayudarle a reconocer y comprender las nuevas tendencias de viajes y los cambios a largo plazo. Estas pueden ayudarle a reajustar su programa y sus políticas para abordar los escenarios únicos a los que nos enfrentamos ahora. También pueden proporcionar conocimientos y experiencia porque han trabajado con todos los tipos de programas de viajes que pueda imaginar. Y mientras muchos de nosotros nos preguntamos qué iba a pasar con los viajes, las agencias aprovecharon la oportunidad el año pasado para auditar las configuraciones de las herramientas de reserva online, evaluar y actualizar las herramientas tecnológicas y proporcionar formación avanzada al personal.

En pocas palabras, las agencias de viajes pueden hacer lo que sea necesario hacer, ahora. Y a medida que los viajes vuelven a emerger y sus requisitos continúan cambiando, están listos para que se ponga en marcha.



### **Obtenga información precisa sobre la realidad actual.**

Si no ha viajado por carretera ni en avión, es importante darse cuenta de que viajar no es como antes. Puede que los aviones se sigan llenando, por ejemplo, pero hay menos vuelos. Usted y sus viajeros deben comprender que las opciones y el inventario a los que están acostumbrados han cambiado, al menos a corto plazo, y eso tiene un impacto significativo en los planes de viaje individuales, así como en su programa total. Las agencias de viaje tienen la vista puesta en toda la categoría, por lo que pueden consultar sobre el estado actual del sector y ayudarle a adaptarse a los cambios de capacidad y horarios, así como a comprender la preparación para la seguridad y los problemas de viaje.



### **Oriéntese sobre cómo reunir a las personas adecuadas.**

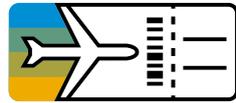
Las agencias de viaje también pueden proporcionar orientación sobre la alineación interna, ayudándole a reunir a los equipos —desde RR. HH. hasta TI, pasando por la gestión de riesgos— necesarios para reactivar su programa de viajes. Ellos le brindarán orientación sobre cómo construir esas conexiones, fortalecer esas relaciones y obtener la participación de los altos ejecutivos para que su programa pueda hacer lo que sea necesario.



### **Consiga un servicio de guardia para respaldar una experiencia automatizada.**

El proceso de reserva estaba muy automatizado mucho antes de que supiéramos cómo deletrear "COVID-19", pero ahora, cada vez más agencias de viajes están ofreciendo más automatización para crear la eficiencia necesaria en sus negocios. Y aunque toda esa automatización de autoservicio es excelente, los viajeros tienen muchas preguntas. Necesitan garantías sobre los requisitos de seguridad y salud para destinos, aeropuertos, hoteles, etc., y necesitan un número al que llamar para obtener la información que les tranquilice.

## Llévelo a su agencia de viajes.



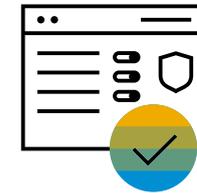
### **Adelántese a los billetes no utilizados.**

Siempre ha sido importante hacer un seguimiento de los billetes no utilizados, pero ahora es aún más importante. Las aerolíneas han modificado o eliminado los cargos por cambio, por lo que puede que no haya coste por cambiar de planes. Además, viajar es simplemente más impredecible. Como resultado, es probable que las organizaciones tengan más billetes sin usar para gestionar, y no puede contar con que las aerolíneas hagan eso por usted. Hable con su agencia de viajes sobre un plan para realizar el seguimiento y gestionar estos saldos: usted los ha pagado, por lo que debe usarlos bien.



### **Obtenga una visión precisa de su nueva huella de viaje.**

Con más empleados trabajando desde casa y los cambios en las prioridades de viaje, sus destinos también pueden cambiar. Su agencia de viajes puede ayudarle a evaluar sus planes actuales y futuros, determinar lo que está cambiando e identificar el impacto en todo, desde las combinaciones de ciudades hasta los compromisos de cuota de mercado, el número de noches, el volumen de vuelos de conexión y mucho más; a continuación, la agencia determina el impacto en todo, desde el presupuesto hasta las preferencias y negociaciones de los proveedores.



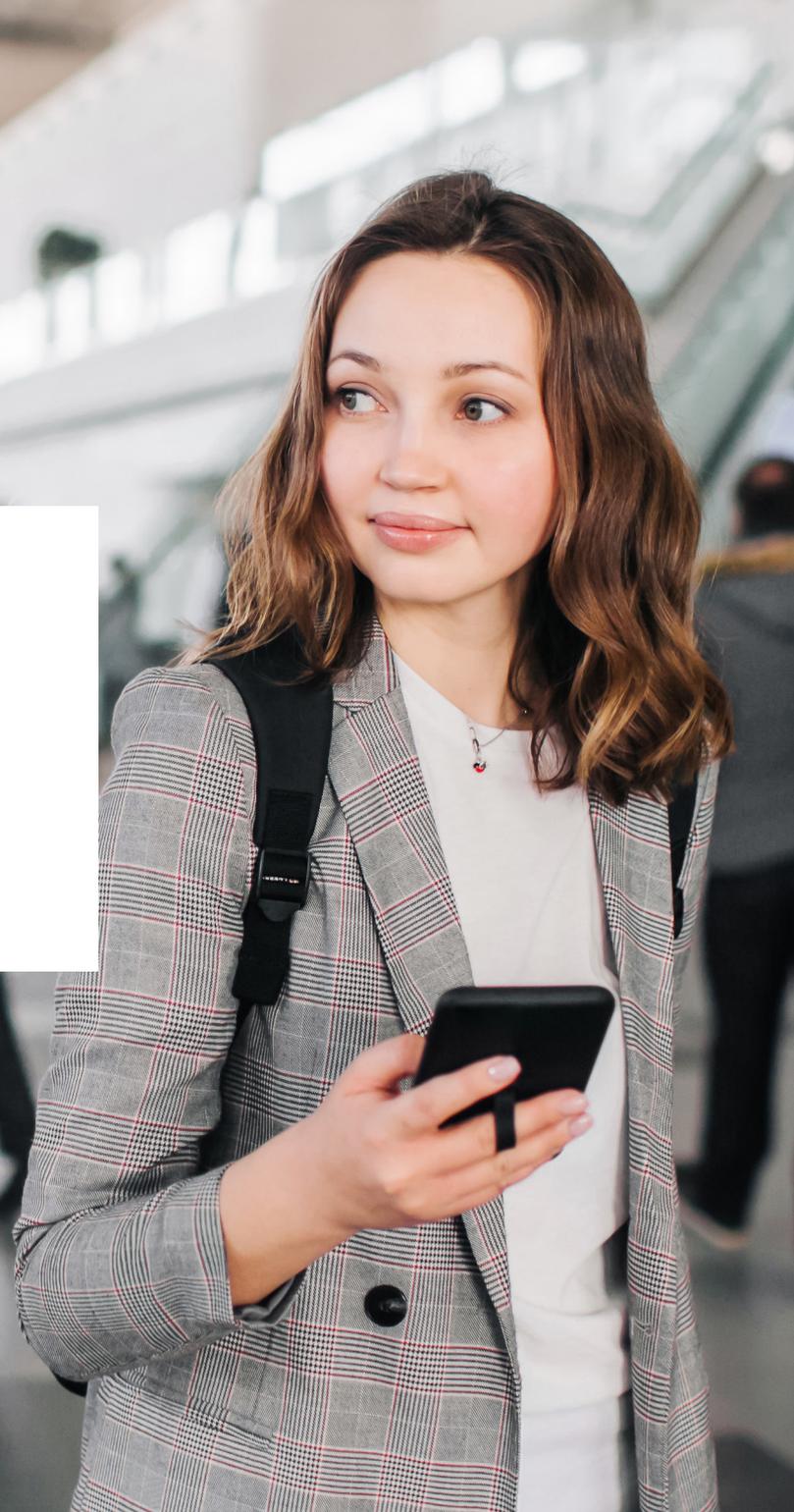
### **Obtenga asesoramiento sobre cómo adaptar sus procesos y políticas.**

Ya era bastante difícil gestionar los viajes antes de la pandemia. Ahora, puede parecer todo un juego de adivinanzas. Sin embargo, las agencias de viajes pueden guiarle a través de todos los aspectos de lo que se convertirá en su nuevo programa de viajes.

- Aprenderá nuevas formas de presupuestar y proyectar costes para futuros viajes cuando no tenga el punto de referencia del año pasado en el que basarse.
- Descubrirá herramientas de comunicación que generan confianza entre usted y sus viajeros, lo cual es el requisito clave para que los viajes de negocios se recuperen.
- Averiguará cómo abordar la seguridad y el control a medida que los viajeros reservan sus viajes.
- Sabrá cómo ajustar su proceso de aprobación, para que no solo gestione el presupuesto, sino que también esté al tanto de todo, desde las preferencias de los viajeros hasta su seguridad.

## Las agencias de viajes no pueden hacerlo todo.

Son esenciales para su programa de viajes y, de hecho, también lo son para el crecimiento de su negocio, pero no pueden hacerlo todo. La unión de su agencia de viajes con el partner tecnológico adecuado es inestimable; es lo que hace posible un programa de viajes seguro, sostenible y protegido. Es lo que hace que su programa funcione, antes, durante y después del viaje.



### ¿Qué deberían ofrecer sus partners tecnológicos?

#### ANTES DEL VIAJE:

- Automatice la autorización de pregasto para que los managers puedan revisar proactivamente las reservas en su herramienta de reservas.
- Capture digitalmente las reservas directas de proveedores y los datos de kilometraje tradicionalmente problemáticos.
- Ofrezca experiencias de reserva sencillas que guíen a los viajeros hacia opciones seguras e inteligentes.

#### DURANTE EL VIAJE:

- Proporcione a los viajeros información sobre todo, desde qué esperar en aeropuertos específicos hasta los protocolos COVID-19 en su destino.
- Avise a los viajeros de los cambios en los itinerarios y ayúdeles a encontrar otras opciones, mientras realiza el seguimiento de los puntos de recompensa y se deshace de los frustrantes recibos en papel.
- Identifique rápidamente quién se ve afectado por una emergencia, independientemente de la fuente de la reserva, conéctese con ellos y tome las medidas necesarias para que regresen sanos y salvos a casa.

#### DESPUÉS DEL VIAJE:

- Simplifique los informes de gastos con datos de viajes y recibos electrónicos que completan y clasifican automáticamente los cargos.
- Emplee la IA y el aprendizaje automático para asegurarse de que los cargos más importantes obtienen el escrutinio correcto y siguen sus políticas.
- Pague automáticamente a los proveedores y reembolse a los empleados.
- Utilice informes y paneles prediseñados para analizar su gasto y evaluar el cumplimiento y los patrones de gasto.



# El cambio **es la única constante.**

Ahora mismo, puede parecer que todo (además de sus viajeros) está en el aire. Y aunque el compromiso de las agencias de viajes con sus clientes y viajeros no va a cambiar, la forma en que cumplen ese compromiso seguirá evolucionando.

Por lo tanto, mientras ve como nuevas capacidades de distribución (NCD) y algunas aplicaciones llevan a los viajeros a reservar fuera de sus herramientas de reserva, lo que les brinda la flexibilidad que exigen, las agencias de viajes pueden ser el “pegamento” que mantiene su programa unido. Estas pueden ayudarle a conectar y organizar todas las nuevas opciones a disposición de los viajeros, lo que le proporciona información sobre la tecnología y el apoyo adecuados para mantener a los viajeros seguros, felices y productivos.

Las soluciones de SAP Concur tienen un papel fundamental en todo esto, ya que proporcionan a las agencias de viajes y a los viajeros herramientas innovadoras de reserva online, todas ellas rodeadas de un ecosistema completo de aplicaciones diseñadas para satisfacer las necesidades cambiantes de una categoría en constante evolución.

[Hagamos que los viajes vuelvan y crezcan de nuevo.](#)

Síguenos



[concur.es](https://www.concur.es)

eBook de agencias de viajes esES (21/6)

© 2021 SAP SE o una empresa afiliada de SAP. Todos los derechos reservados.

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida o transmitida de ninguna forma o para ningún fin sin el permiso expreso de SAP SE o de una empresa afiliada de SAP.

La información contenida en este documento puede modificarse sin previo aviso. Algunos productos de software comercializados por SAP SE y sus distribuidores contienen componentes de software exclusivos de otros proveedores de software. Las especificaciones nacionales del producto pueden variar.

SAP SE o una empresa afiliada de SAP proporcionan estos materiales únicamente con fines informativos, sin declaraciones ni garantías de ningún tipo, y SAP o sus empresas afiliadas no serán responsables de errores u omisiones con respecto a los materiales. Las únicas garantías de los productos y servicios de SAP o la empresa afiliada de SAP son aquellas que se establecen en las declaraciones de garantía expresa que acompañan a dichos productos y servicios, si los hubiera. Nada de lo contenido en el presente documento debe interpretarse como una garantía adicional.

En particular, SAP SE o sus empresas afiliadas no tienen obligación de desarrollar ningún tipo de actividad comercial descrita en este documento o cualquier presentación relacionada, ni desarrollar o publicar ninguna funcionalidad mencionada en el mismo. Este documento, o cualquier presentación relacionada con el mismo, así como la estrategia de SAP SE o de sus empresas afiliadas y sus posibles futuros desarrollos, productos o plataformas, instrucciones y funcionalidad están sujetos a cambios y pueden ser modificados por SAP SE o sus empresas afiliadas en cualquier momento, por cualquier motivo y sin previo aviso. La información contenida en este documento no constituye un compromiso, promesa u obligación legal de entregar ningún material, código o funcionalidad. Todas las declaraciones a futuro están sujetas a diversos riesgos e incertidumbres que podrían hacer que los resultados reales difirieran materialmente de las expectativas. Se advierte a los lectores de que no deben confiar indebidamente en estas declaraciones a futuro y de que no deben basar en ellas su toma de decisiones.

SAP y otros productos y servicios de SAP mencionados en este documento, así como sus respectivos logotipos, son marcas comerciales o marcas registradas de SAP SE (o una empresa afiliada de SAP) en Alemania y otros países. Todos los demás nombres de productos y servicios mencionados son marcas comerciales de sus respectivas empresas.

Consulte <https://www.sap.com/copyright> para obtener más avisos e información sobre marcas comerciales adicionales.