

SAP Concur 

¿Hacia dónde vamos?

El resurgimiento de los viajes y la
puesta en marcha de su negocio

En colaboración con



THE BEST RUN 



Según el Informe Global Travel Management Report 2021,
el 98 % de los travel managers esperan que
**el gasto en viajes de su empresa
aumente en los próximos doce meses.** Se trata de una buena
noticia tanto para los negocios como para los viajeros, y después
de un año de restricciones e incertidumbre, es estupendo ver algo
tan alentador en el horizonte.

Está claro que las empresas quieren volver a ponerse en marcha,
así que ahora es un buen momento para examinar por qué los
viajes son tan importantes, el modo en que los negocios miden
su valor, qué ha cambiado (pista: mucho) y cómo liderar la próxima
era de los viajes de negocios.

¡Empecemos!

¿Por qué vamos a otros lugares?

La conexión humana es un deseo innato; queremos ver a nuestros compañeros, queremos crear nuevos recuerdos y queremos sentirnos normales de nuevo. Queremos viajar, ya sea por negocios o por placer.

El *informe 2021 Global Business Traveler Report* demuestra lo siguiente:



Al 38 % de los viajeros de negocios les preocupa que, si no pueden viajar, será difícil construir nuevas relaciones con los clientes.

Al 45 % le preocupa el desarrollo y el mantenimiento de conexiones comerciales.

El 54 % desea viajar para establecer conexiones personales con clientes y compañeros.

Las reuniones virtuales pueden ser más eficientes, pero no tienen el mismo efecto. Han sido el contexto para las “relaciones” durante la pandemia, pero las conexiones en persona —conocer a los clientes, socializar con los clientes, recorrer sus entornos de trabajo— no pueden reemplazarse por completo.

Piense en cuando alguien de su empresa se jubila: hay una fiesta, hay recuerdos, hay un montaje fotográfico con algo de música alegre y lleno de fotos de eventos empresariales, cenas de equipo y reuniones de la empresa. Estos momentos en persona son cruciales, dejan una marca imborrable en nuestras vidas y carreras y, mientras que la virtualización nos ayudó a sobrellevar la situación el año pasado, no puede reemplazar a las reuniones presenciales.

Es esa conexión humana la que nos une y esa es una de las razones por las que viajamos.

¿Cómo deberíamos medir el valor de los viajes de negocios?

Si retomar el rumbo de nuestro negocio no fuera valioso, no habríamos estado haciéndolo durante décadas. Pero si la pandemia ha traído algo positivo, es que nos ha dado tiempo para volver a examinar las cosas que hemos estado haciendo durante décadas para ver si “lo que siempre hemos hecho” es “lo que debemos seguir haciendo”.

Las empresas no están mirando hacia atrás para ver si su enfoque y sus inversiones anteriores han dado sus frutos, sino que están mirando hacia adelante, casi desde cero, y están redefiniendo cómo deberían ser los viajes, no solo para la empresa, sino también para las personas.

Lo difícil en todo esto es, por supuesto, ¿cómo mide ese valor? No es un número que se puede poner en una columna o un total que se añade a los resultados finales. Es muy difícil definir una rentabilidad de la inversión tangible para los viajes, por lo que las organizaciones deben tratar de evaluar el valor mediante formas que se alineen con su cultura. ¿Qué valora como empresa? ¿Cómo concuerda esto con cómo evalúa un viaje individual?





Para abordar esta pregunta de evaluación del viaje, muchas organizaciones analizan cuatro factores:

**¿FORTALECERÁ
UNA RELACIÓN
COMERCIAL?**

¿La reunión presencial logra algo más que una videollamada?

**¿IMPULSA
LOS
INGRESOS?**

¿Es esencial para la continuidad o el crecimiento del negocio?

**¿ES CORRECTO
EL RITMO O LA
FRECUENCIA?**

¿Estuvimos ahí? ¿Podemos agrupar esto con otra reunión?

¿ES SEGURO?

¿Qué preocupaciones sobre la salud debemos tener en cuenta?

Sus respuestas deberían dirigirle a un viaje estratégico y con un propósito que coincida con los objetivos y la cultura de su empresa.

Al mismo tiempo, muchas empresas están creando herramientas y sistemas para medir más fácilmente este valor. Estas herramientas están diseñadas para que los empleados piensen en el propósito de sus viajes y para forzarles a ver los viajes de una nueva forma. El objetivo final es hacer que toda la empresa piense de forma diferente e impulsar nuevos comportamientos que surjan de la pandemia.



Está creando un programa de viajes totalmente nuevo. ¿Alguna pregunta?

A medida que desarrolle nuevos procesos y protocolos para su programa, pregúntese a usted mismo acerca del propósito de cada viaje: ¿da valor a la relación y al negocio? Piense en el enfoque de cada viaje: ¿es interno o está orientado hacia el cliente? Y hágase preguntas logísticas que nunca antes había tenido que tener en cuenta:

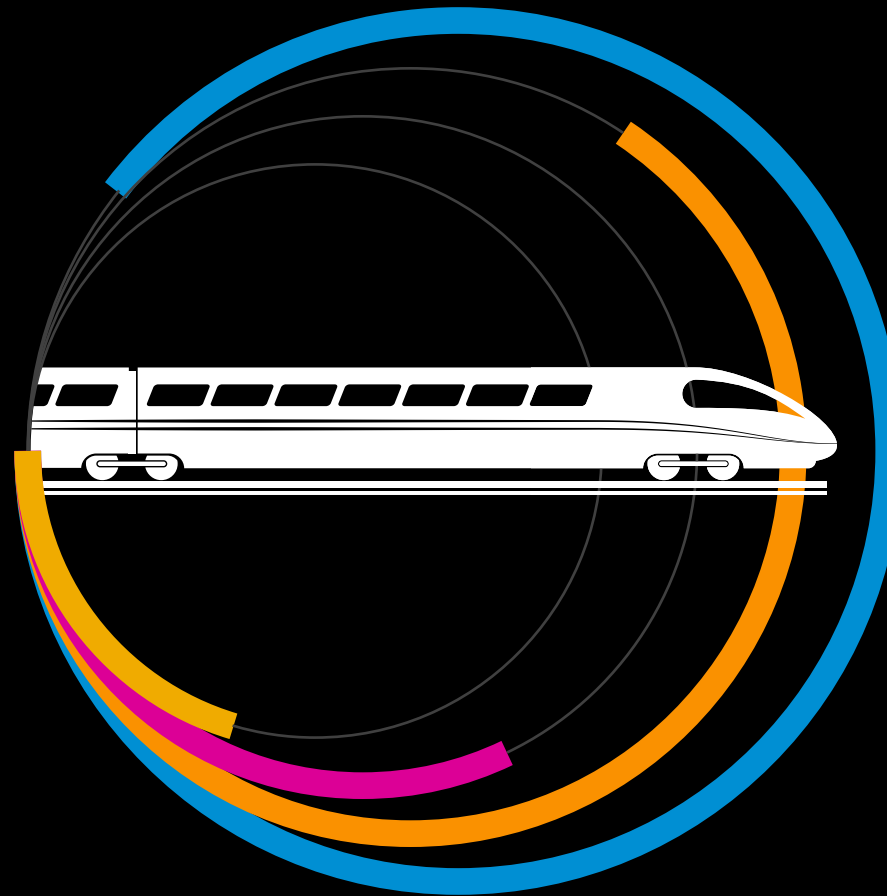
¿Cuáles son los requisitos en relación con mascarillas/ vacunación/otros de su destino?	¿Está abierta la oficina o las instalaciones de su cliente? ¿Están trabajando de forma remota o en un modelo híbrido? ¿Tiene un lugar para reunirse? ¿Cuáles son sus políticas de visitas?	¿Su cliente se siente cómodo con su visita? ¿Prefieren que le vacunen? ¿Está vacunado?	¿Qué riesgo supone para sus seres queridos viajar por negocios?
---	--	--	---

Estas evaluaciones son esenciales para el éxito de su “nuevo” programa de viajes, pero ponerlas en acción debería adaptarse a la cultura de su empresa y a su estilo. De lo contrario, sin duda no tendrán éxito. Para algunas personas, una herramienta con preguntas a responder es la mejor forma de proceder. Para otras, lo mejor es la formación y la comunicación que invitan a la reflexión. De cualquier forma, las evaluaciones desempeñarán un papel importante en la definición del valor de los viajes en su empresa.

¿Qué ha cambiado, aparte de **todo**?

Mientras nos adentramos en el territorio inexplorado de los viajes empresariales pospandémicos, ¿qué necesitamos buscar, qué sorpresas hay más allá del horizonte, a qué obstáculos y oportunidades nos enfrentaremos?

Puede empezar a responder a estas preguntas preguntando a sus empleados.



El 20 % dice que buscará un nuevo puesto si su empleador no ofrece medidas para proteger la salud y la seguridad durante el viaje.

El 32 % afirma que les gustaría que sus empresas volvieran a los viajes pre-COVID.

El 65 % afirma que está muy dispuesto a viajar en los próximos 12 meses.

El 90 % espera que su empresa proporcione beneficios para garantizar su salud y seguridad mientras viaja.

Fuentes: Global Business Traveler Report 2020

Una vez que decida volver a autorizar los viajes —una vez que vuelva a resurgir como organización— la gestión de los viajes en sí será muy diferente a la de antes. Según un reciente informe de EY, *Business Travel Reimagined In and Beyond a COVID-19 World* (Los viajes de negocios reimaginados en un mundo COVID y post-COVID), hay varias áreas clave que debe tener en cuenta a medida que su programa vuelve a ponerse en marcha:

1 Salud y seguridad

Buscar, filtrar y difundir información oportuna sobre salud y seguridad para sus viajeros será esencial. Esto incluirá detalles sobre todos los aspectos de los viajes, desde el teletrabajo hasta la gestión de normativas y restricciones relativas a un destino concreto. También será importante medir el grado de voluntad y disposición de los empleados para viajar, porque si desea que sean productivos, necesitará que se sientan cómodos. Otro aspecto que tener en cuenta es cómo responderá a los eventos imprevistos: Tendrá que interactuar con partes interesadas tanto internas como externas (como empresas capaces de repatriar empleados debido a una emergencia en el extranjero o proporcionar servicios locales de asistencia médica) para crear y apoyar respuestas coordinadas a dichos eventos.



Tenga esto en cuenta:

Otro cambio importante que hay que tener en cuenta es el impacto que el trabajo híbrido/virtual tiene en los viajes. Si tiene una política de “trabajar desde cualquier lugar”, por ejemplo, ¿cómo afecta esto a su política de viajes? Si no permite que los empleados entren en la oficina, ¿cómo puede ser que les deje volar a Singapur? Su mensaje, sea cual sea, debe ser coherente y estar en consonancia con su cultura. Usted quiere que sus empleados estén seguros dondequiera que estén, y que estén en más lugares de los que han estado nunca.

2 Kits de herramientas para viajeros

Construir un conjunto sólido de herramientas de viaje será fundamental para volver a viajar con éxito. Dichas herramientas pueden y deben incluir: una evaluación de la preparación para viajar, una lista de comprobación de la inmunización, qué hacer y qué no hacer en situaciones normales de viaje, un programa de seguridad para viajeros que localice a los empleados durante situaciones de emergencia, aplicaciones de comunicación bidireccional, protocolos de seguimiento de contactos, aplicaciones de certificación de la inmunidad y orientación actualizada de organizaciones de salud globales sobre cómo viajar de forma segura.

3 IA y automatización

Como ya sabemos, el paso a la automatización es imprescindible en prácticamente todas las situaciones. Lo mismo ocurre en el sector de los viajes. La inteligencia artificial (IA) puede ser capaz de brindar apoyo en las evaluaciones de salud, los requisitos de inmunidad y la preparación para viajar, y luego ajustar los planes de viaje en consecuencia. Las tecnologías cognitivas también tendrán en cuenta automáticamente los requisitos nuevos o actualizados para viajes aéreos, estancias en hoteles y controles de salud/seguridad en aeropuertos para que sus viajeros estén informados antes de que se vayan.



Perspectivas pospandémicas:

Solo una quinta parte de los empleados seguiría esperando trabajar plenamente (cinco o más días) en la oficina.

9 de cada 10 quieren flexibilidad respecto a dónde y cuándo trabajan.

Un tercio quiere que sus empleadores ofrezcan semanas de trabajo más cortas.

Es probable que el 54 % de los empleados abandonen el empleo si no se les ofrece la flexibilidad que desean.

A pesar del cambio hacia nuevas formas de trabajo y la rápida adopción de la tecnología de reuniones virtuales, casi dos tercios de los empleados quieren continuar con los viajes de negocios después de la pandemia, al menos en cierto grado.

Fuentes: "EY Work Reimagined Employee Survey, 2021" (Encuesta a los empleados de EY sobre trabajo reimaginado, 2021)"

¿Asiste de nuevo a eventos? ¿Los está celebrando?

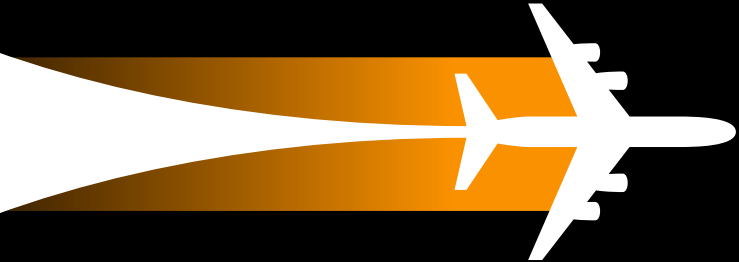
Quizás nunca le haya gustado ir a grandes conferencias en Las Vegas, pero es difícil obviar el atractivo de volver a reunirse con los compañeros. Así que, a medida que se lance de nuevo a la aventura (o invite a otros a participar) considere algunas formas nuevas de hacer las cosas:

Adoptar y esperar enfoques híbridos para los eventos, con parte(s) física(s) y parte digital. La conferencia principal se celebra en Madrid, pero hay “miniconferencias” en Barcelona, Valencia y Bilbao. Así, los empleados pueden asistir a un evento de menor escala con menos personas, pero aún pueden participar en las principales presentaciones del evento.

Además, se retransmite parte del contenido virtualmente. El hecho de permitir que las personas asistan virtualmente puede atraer a más personas que los eventos que solo se celebran de forma presencial. Y cuando ofrece esta opción, puede tener algo de público residual que se ve las grabaciones on demand, etc. Tiene más formas de conectar con un público, simplemente dándole la opción de cómo y cuándo quieren asistir.

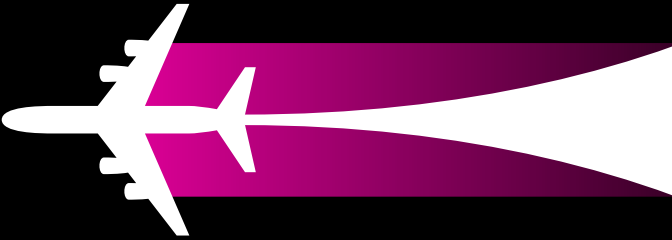
El networking sigue siendo posible. Se puede ir a estos eventos con "meet-and-greet y happy hour, porque así es como ampliamos nuestra red y aprendemos de nuestros compañeros. Las organizaciones tendrán que aprovechar las nuevas tecnologías, como la IA, que encuentra similitudes entre los asistentes a conferencias virtuales y en persona y, a continuación, crea oportunidades de networking donde las personas pueden conectar.





Ya está aquí la próxima era de viajes. ¿Cómo la abordamos?

Puede liderar o seguir a otros, pero probablemente sepa lo que le hará conseguirlo antes. Por lo tanto, si desea tomar el timón, eche un vistazo a cómo estas recomendaciones podrían funcionar para usted.



Adopte una función de liderazgo.

Nunca ha habido tanta atención puesta sobre los viajes y la seguridad de los viajeros, por lo que este es el momento perfecto para brillar con luz propia. Si tiene un puesto en el lugar donde se toman las decisiones, marque la diferencia. Resuelva el problema y construya su propio camino para la recuperación de viajes para apoyar el negocio. Si no tiene ninguna función en la toma de decisiones, provoque la conversación. A continuación, entre con una estrategia, un punto de referencia o un punto de partida para hacer que los viajes vuelvan a funcionar.

Establezca una mentalidad de grupo de trabajo.

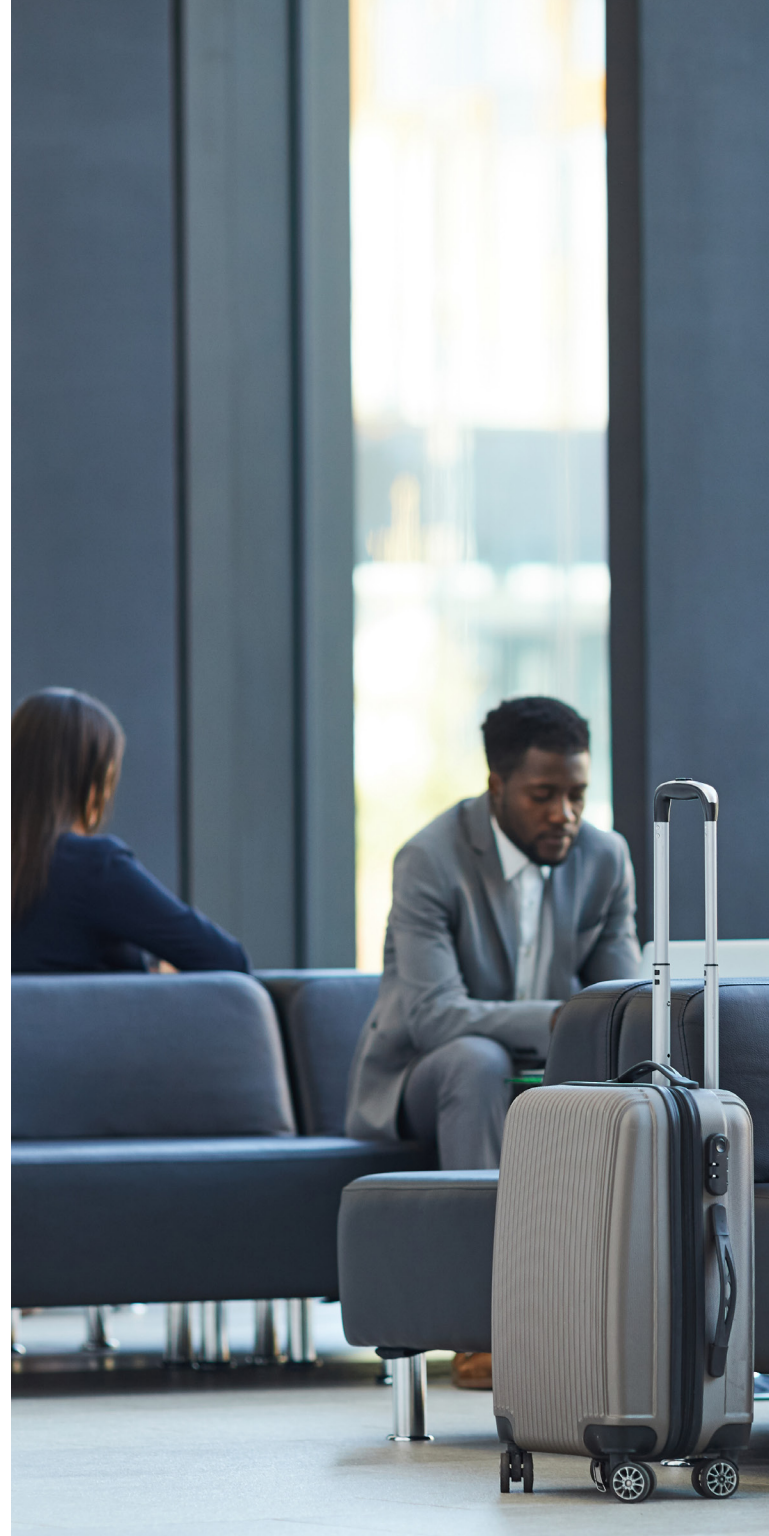
Reúna a los principales miembros de su organización de RR. HH., Seguridad, TI, Compras: cualquier persona que sea una parte interesada debe estar en la toma de decisiones. Colabore para identificar las herramientas de reuniones virtuales e híbridas y las ofertas de pago sin contacto que pueden hacer que su programa sea más seguro y fuerte. Construya su equipo, póngalo en marcha, pero tenga en cuenta que no hay línea de meta. Este es un desafío cultural continuo, y su programa y plan deben ser sostenibles, lo que significa que deben ser adaptables, a medida que avanzamos.

Establezca fuentes claras y transparentes para la información sobre seguridad.

Decida a qué evaluaciones de seguridad seguirá, ya sean del CDC, la OMS u otra organización reconocida. A continuación, evalúe el panorama de su viaje (los países y ciudades que visita) y mantenga una evaluación activa de las normativas, restricciones y requisitos. Los viajes se convertirán en el punto central de las fuentes de datos y la política, y usted necesitará unas directrices que sean fáciles de entender para los viajeros. Esto incluye herramientas de diagramas en forma de árbol que garantizan que los viajeros conozcan todos los elementos que intervienen actualmente en los viajes, incluido cómo obtener información adicional de su programa de viajes.

Asegúrese de tener la tecnología para proporcionar la información a los empleados.

Estos pueden ser detalles de salud y seguridad, por lo que debe ponerlos a la disposición de la gente, a través de aplicaciones, notificaciones, sincronización bidireccional o cualquier medio del que disponga. Todo el mundo en su organización necesita conocer y comprender claramente sus procesos, requisitos, etc., y usted debe hacer que las reglas y normativas sean fáciles de acceder y seguir. Esto es primordial: para trabajar, hay que hacerlo sin esfuerzo. De nuevo, los empleados necesitarán una fuente clara fiable para todos los requisitos de viaje y reglas que exigen sus destinos.



Siéntase cómodo cuando ceda el control.

Los empleados saben lo que les da seguridad y necesitan ser capaces de tomar decisiones en el momento sobre lo que les resulta cómodo. Así que asegúrese de incorporar la flexibilidad en su programa, pero no tanta como para no mantener a salvo a las personas si toman decisiones que podrían ponerlas en situaciones peligrosas.

Adelántese a los requisitos normativos.

A medida que cambian las estructuras de trabajo y los requisitos de viaje, también lo hacen sus requisitos y responsabilidades de cumplimiento, impuestos, sostenibilidad e inmigración. Asegúrese de estar preparado para comprender cuáles son sus responsabilidades y gestionarlas de forma proactiva y mantenga todo en orden: desde sus datos hasta sus informes y sus controles.

No lo haga solo.

Abrirse paso por este nuevo mundo de viajes de negocios no es una tarea fácil, pero tiene ayuda a su disposición. Busque partners, desde agencias de gestión de viajes (Travel Management Companies, TMC) hasta consultores de viajes de negocios y proveedores de tecnología, que equilibran el conocimiento profundo en materia de viajes con la experiencia y el aprendizaje que surge de trabajar con varias empresas.

A man with a beard, wearing a dark suit, is seen from the side, looking out over a city skyline at sunset. He is holding a smartphone in his left hand and resting his right arm on a balcony railing. The background shows a hazy cityscape with buildings and a bright sun low on the horizon, creating a warm, golden glow.

Ninguno de nosotros ha estado aquí antes.

Viajar en 2021 y en adelante no se parece a nada de lo que hemos visto hasta ahora, pero esto no cambia la verdad de por qué necesitamos reanudar los negocios. Queremos volver a ver a nuestros clientes y compañeros. Queremos sentarnos en torno a una mesa. Queremos colaborar en la próxima gran idea. Y queremos volver a sentirnos normales.

Los viajes hacen que todo sea posible, pero antes de irnos, debemos poner en marcha estrategias que den prioridad al viajero frente a los negocios y antepongan la salud por encima de todo. Debemos medir de forma efectiva el valor de los viajes y compararlo con lo que valoramos como organización. Y debemos actuar, no solo dedicarnos a seguir a aquellos que lo hacen.

Si se hace de forma segura, diferente y correcta, viajar nos llevará a lugares donde nunca hemos estado.

Para obtener más información sobre hacia dónde se dirigen las cosas, visite el sitio de [Concur.es](https://concur.es).



Las opiniones reflejadas en este artículo son las opiniones del autor y no reflejan necesariamente las opiniones de la organización global de EY o sus empresas miembro.

EY existe para construir un mejor mundo laboral, ayudando a crear valor a largo plazo para los clientes, las personas y la sociedad y generando confianza en los mercados financieros.

Gracias a los datos y la tecnología, los diversos equipos de EY en más de 150 países proporcionan confianza a través de la garantía y ayudan a los clientes a crecer, transformarse y operar.

Al trabajar en los departamentos de seguros, consultoría, jurídico, estrategia, impuestos y transacciones, los equipos de EY hacen mejores preguntas para encontrar nuevas respuestas para los complejos problemas a los que se enfrenta nuestro mundo hoy en día.

EY se refiere a la organización global, y puede referirse a una o más de las empresas miembros de Ernst & Young Global Limited, cada una de las cuales es una entidad jurídica independiente. Ernst & Young Global Limited, una sociedad británica de responsabilidad limitada, no presta servicios a los clientes. La información sobre cómo EY recopila y utiliza los datos personales y una descripción de los derechos que tienen las personas en virtud de la legislación en materia de protección de datos está disponible a través del enlace ey.com/privacy. Las empresas miembro de EY no ejercen la ley donde lo prohíben las leyes locales. Para obtener más información sobre nuestra organización, visite ey.com.

¿Por qué EY para SAP?

Con independencia del punto en el que se encuentre en su viaje de transformación, el equipo mundial de EY aporta un conjunto completo de capacidades, además de experiencia SAP específica del sector, todo ello para ayudarle a ofrecer resultados rápidamente que son importantes para su negocio. Obtenga más información en ey.com.

Hablemos.

Descubra cómo EY puede ayudarle a reimaginar todo con SAP Concur y otras soluciones SAP, para que pueda transformar rápidamente su programa de viajes y entretenimiento (T&E, por sus siglas en inglés). Póngase en contacto con nosotros para programar una demostración, obtener más información o comentar un desafío específico al que se enfrenta su organización.





Acerca de SAP Concur:

SAP® Concur® es la marca líder mundial en soluciones integradas de gestión de viajes, gastos y facturas, impulsada por una búsqueda incansable para simplificar y automatizar estos procesos diarios. La aplicación móvil de SAP Concur, que goza de una alta calificación, guía a los empleados en cada viaje, los cargos se completan sin esfuerzo en los informes de gastos y las aprobaciones de facturas se automatizan. Al integrar datos casi en tiempo real y utilizar la IA para analizar las transacciones, las empresas pueden ver exactamente lo que están gastando sin preocuparse de los puntos ciegos en el presupuesto. Las soluciones de SAP Concur eliminan las tareas tediosas del ayer, facilitan el trabajo de hoy y del mañana, y ayudan a las empresas a funcionar mejor. Más información en [Concur.es](https://concur.es) o el blog de SAP Concur.



Siga las indicaciones de SAP Concur



Más información en concur.es

INFORME TÉCNICO DE LA CAMPAÑA DE VIAJES esES (21/05)

© 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 www.sap.com/copyright para obtener más avisos e información sobre marcas comerciales adicionales.

