

Travel Manager Insights

La flexibilidad en viajes de negocios



El equilibrio perfecto

Los travel manager se enfrentan a varios retos. Quizás lo más notable es que deben equilibrar las necesidades que a menudo entran en conflicto de sus dos principales partes interesadas:

- Los viajeros de negocios que desean reservar lo que les gusta, donde les gusta
- La compañía, que necesita controlar los costes y realizar un seguimiento de su personal

El desafío de hacer lo correcto por ambos grupos es constante. Sin embargo, hay nuevos factores que aumentan las fricciones, como el cambio de las estrategias de distribución de las aerolíneas (NDC) y el aumento de los precios de los billetes, que tientan a los empleadores a endurecer aún más su política.

¿Cuál es la buena noticia? A pesar del creciente alboroto, los travel manager inteligentes pueden tomar medidas para hacer más felices a todos sus clientes internos. Examinemos dos tensiones clásicas entre los viajeros y la compañía y cómo manejarlas de forma más inteligente.



DESAFÍO N.º 1

Viajeros que omiten la herramienta de reserva de la compañía

Una batalla constante para los travel manager es evitar las “fugas”: los viajeros que reservan en aplicaciones de consumo o sitios web cuando deberían utilizar la herramienta de reservas de la compañía.

Reservar fuera del programa causa problemas importantes para los gerentes de viajes. Las actividades principales afectadas por la falta de visibilidad de los datos incluyen:

- El deber de protección: seguimiento del paradero de los viajeros
- Negociaciones con proveedores: seguimiento de gastos
- Cumplimiento: seguimiento del cumplimiento de la política por parte del viajero

Para reducir las fugas, el primer paso es comprender por qué los viajeros se alejan de los canales aprobados. Entre las razones más comunes se encuentran la preferencia por sitios web familiares para el consumidor a la hora de reservar viajes de placer o el deseo de ganar puntos de fidelidad y beneficios.

Quizás uno de los problemas más comunes es que los viajeros creen que pueden acceder a una experiencia más personalizada y mejores opciones lejos de la herramienta corporativa, no solo tarifas más bajas, sino también servicios adicionales como el equipaje y la selección de asientos.

LA PERSPECTIVA DEL GERENTE DE VIAJES



“Estamos educando a todas nuestras partes interesadas para que la seguridad sea nuestra prioridad número uno: hay mucho riesgo cuando se reserva fuera del sistema”.

Mina Salim, travel manager de Marel Group



“Tenemos que hacer que parezca que no están restringidos cuando reservan. Estamos en un mercado laboral extremadamente competitivo: si la gente tiene restricciones, se irá con un competidor”.

Adam Hickingbotham, travel manager (servicios de viajes y oficina) en AtkinsRéalis



“Al fin y al cabo, estamos aquí para establecer límites que orienten a los viajeros y les ayuden a comprender el valor de las cosas que les pedimos que adquieran”.

Buffy Garrier, travel manager de Viajes Globales y Tarjetas Corporativas de Seagate



“Si logra enmarcar la conversación con sus responsables para que se centre en el valor, el valor de apoyar la seguridad y el bienestar de sus empleados siempre compensará cualquier pequeña diferencia de costes”.

Danny Cockton, Vicepresidente de Servicios de Viajes Globales y director de Wood

Cómo hacer que los viajeros vuelvan a su herramienta de reservas

→ FLEXIBILICE AL MÁXIMO LAS OPCIONES DE RESERVA

Elimine las restricciones que tienen poco o ningún beneficio. Por ejemplo, permita que la herramienta de reserva muestre opciones de aerolíneas no preferidas si son más baratas, cuestan lo mismo o son solo ligeramente más caras que la aerolínea preferida.

→ CONVIERTA LA PLATAFORMA DE RESERVAS CORPORATIVAS EN EL LUGAR MÁS FÁCIL DE VISITAR

Un gran ejemplo es el pago. Si los viajeros reservan un vuelo a través de la herramienta de reservas de la compañía, conviértalo en un sistema de pago centralizado (como una tarjeta de alojamiento) en el que la compañía cubra automáticamente el costo, eliminando la necesidad de que el empleado presente un informe de gastos.

→ ACABE CON EL MITO DE LA GESTIÓN DE LA INTERRUPCIÓN

Los viajeros a veces creen erróneamente que pueden reorganizar un viaje interrumpido más rápido si lo han reservado de forma independiente. Esto suele ser incorrecto: cuando eligen esta opción, están solos. En su lugar, asegúrese de que los empleados sepan que cuando utilizan la herramienta de reserva, la reserva se comparte con su compañía de gestión de viajes, que cuenta con la tecnología, la experiencia y las relaciones con las aerolíneas para volver a reservar el viaje mucho más rápido.

→ EXPLIQUE POR QUÉ CUENTA CON UNA HERRAMIENTA DE RESERVA CORPORATIVA

Por lo general, los empleados aceptarán su enfoque si les comunica las razones de peso para utilizar la herramienta de reservas de la compañía. Concéntrese especialmente en los beneficios para el viajero, en especial en el deber de protección: si los empleados no reservan a través de la herramienta corporativa, la compañía no puede localizarlos en una emergencia.

→ ASEGÚRESE DE OFRECER CONTENIDO COMPLETO

Asegúrese de que su herramienta de reserva tenga las integraciones de Nueva Capacidad de Distribución (NDC) que le permitan ofrecer la gama completa de contenido que sus viajeros encontrarían en un sitio web de terceros. Esto permite a los viajeros acceder a una gama más amplia de tarifas y opciones de autoservicio, como la reserva anticipada de asientos.

DESAFÍO N.º 2

Clase preferente: equilibrar el coste con la comodidad

Los viajeros de negocios hoy en día solicitan cada vez más volar en clase preferente, por lo que los travel manager pueden sentirse más presionados para hacer más accesibles los viajes en primera clase. Puede haber varias razones para facilitar el acceso, como una mayor sensibilidad hacia el bienestar y el cambio de actitudes respecto a la jerarquía: ahora puede parecer anticuado que los jefes vayan al frente y todos los demás detrás.

A pesar de ser mucho más cara, hay buenas razones por las que muchas compañías permiten al menos algunos viajes en clase preferente. Es más probable que los empleados trabajen de forma productiva en su destino si llegan bien descansados. El reclutamiento y la retención también son factores vitales: las compañías quieren evitar perder a los mejores talentos frente a los competidores con políticas de viajes más generosas.

LA PERSPECTIVA DEL GERENTE DE VIAJES



“ Si el cliente exige algo concreto, existe un proceso interno que permite a los empleados solicitar un ascenso a clase preferente, porque no queremos que el empleado llegue completamente agotado e incapaz de funcionar correctamente”.

Adam Hickingbotham, gerente de categoría (servicios de viajes y oficina) en AtkinsRéalis



“ A algunas compañías les cuesta entender por qué un directivo puede recibir un trato diferente. ¿Es porque su tiempo se considera más importante? No lo vemos así. Nuestros valores establecen claramente que todos son iguales”.

Buffy Garrier, gerente de Viajes Globales y Tarjetas Corporativas de Seagate



“ Nuestra política de viajes designa la mejor clase económica disponible para los empleados, reservando la clase económica superior para el equipo directivo ampliado. Sin embargo, existe la percepción compartida de que unas normas de viaje coherentes a todos los niveles podrían fomentar un mayor sentimiento de unidad”.

Mina Salim, gerente de viajes de Marel Group

Encuentre el equilibrio adecuado para la política de su compañía

→ CAMBIAR EL FACTOR DESENCADENANTE

En lugar de basar la política en la antigüedad, permita la clase preferente donde realmente haga una diferencia para el bienestar y la productividad. Esto podría estar relacionado con la duración del vuelo, la duración del viaje (permitiendo viajes más cortos en clase preferente, ya que hay menos tiempo de recuperación) o el propósito del viaje (como permitir la clase preferente para viajes de cara al cliente).

→ MODELAR LAS OPCIONES

Antes de cambiar las reglas, entienda cuánto costará. Evalúe cuántos viajes se verían afectados y el impacto financiero si permitiera la clase preferente en vuelos de más de cinco, siete o diez horas, por ejemplo.

→ COMPARACIÓN CON OTRAS COMPAÑÍAS

Con la ayuda de su TMC, de un consultor o de asociaciones del sector, compare su política con la de los grupos de pares de su sector. Si descubre que es mucho más estricta que la de la competencia, podría estar perdiendo la batalla por el talento.

→ RETRIBUIR

Si no puede permitirse la clase preferente, busque otras formas de contribuir al bienestar y a la productividad de los viajeros. Algunos ejemplos incluyen negociar el acceso a las salas VIP de los aeropuertos o conceder a los viajeros tiempo libre después de un vuelo de larga distancia.

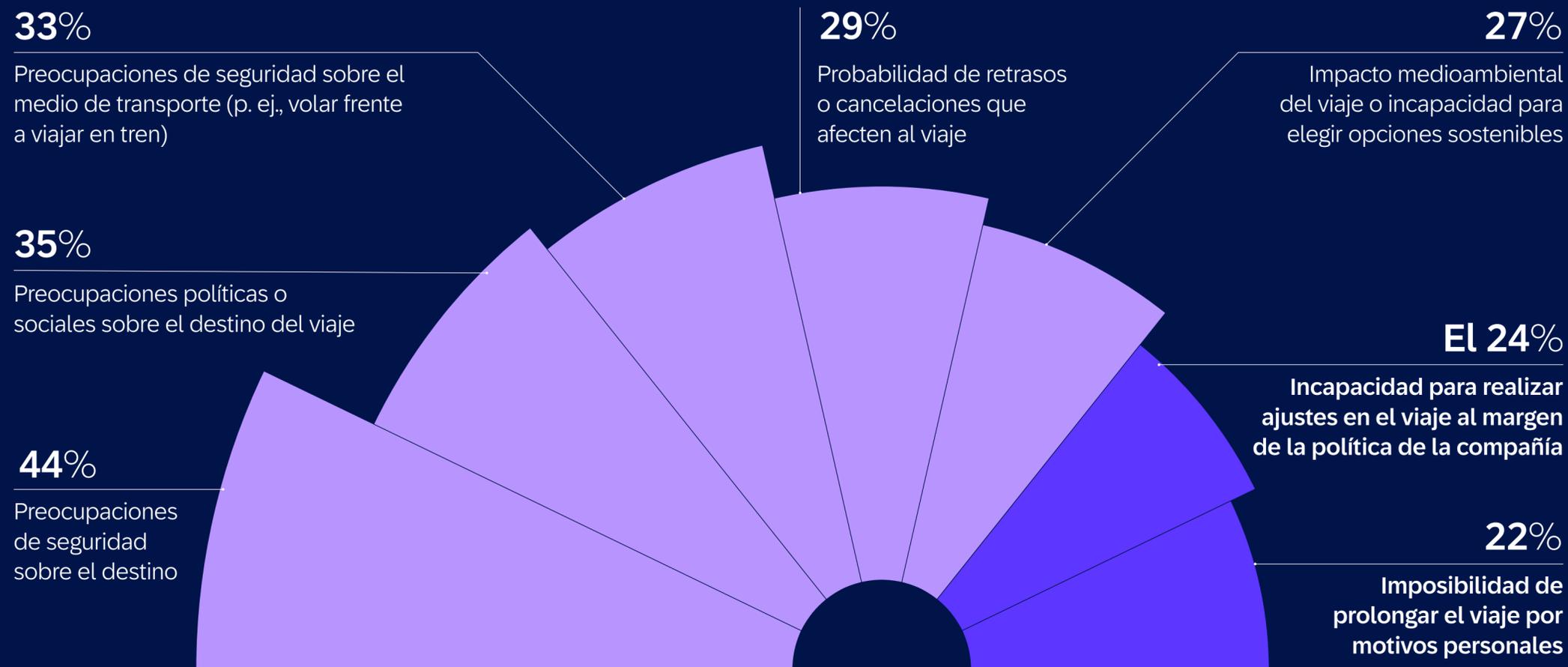
→ CONSIDERE VOLAR MENOS PERO MEJOR

Si un empleado de Europa visita las oficinas de la empresa en Asia cada tres meses, ¿podría reducirlo a una vez al año pero viajando en clase preferente en lugar de turista? De este modo se respaldarían los objetivos de bienestar de los empleados y se daría un ejemplo positivo de viajes bien pensados y con un propósito, en consonancia con los valores de la compañía.

Satisfacer las demandas de flexibilidad de los viajeros de negocios

LOS VIAJEROS DE NEGOCIOS BUSCAN MÁS FLEXIBILIDAD EN SUS VIAJES

Motivos por los que los viajeros rechazarían un viaje de negocios



Fuente: 6.º Informe global anual de investigación de viajeros de negocios de SAP Concur

SIN EMBARGO, LAS COMPAÑÍAS QUE QUIEREN REDUCIR COSTOS RECHAZAN CADA VEZ MÁS SUS PETICIONES

El 91%

de los viajeros de negocios informan que sus solicitudes de flexibilidad han sido rechazadas en los últimos 12 meses

Fuente: 6.º Informe global anual de investigación de viajeros de negocios de SAP Concur

El 42%

de los viajeros de negocios creen que su compañía está priorizando los recortes sobre la flexibilidad de los viajes

Fuente: 6.º Informe global anual de investigación de viajeros de negocios de SAP Concur

El 36%

de los gerentes de viajes tienen dificultades para equilibrar las demandas de los viajeros con las medidas de reducción de costos de su compañía

Fuente: 6.º Informe global anual de investigación de viajeros de negocios de SAP Concur

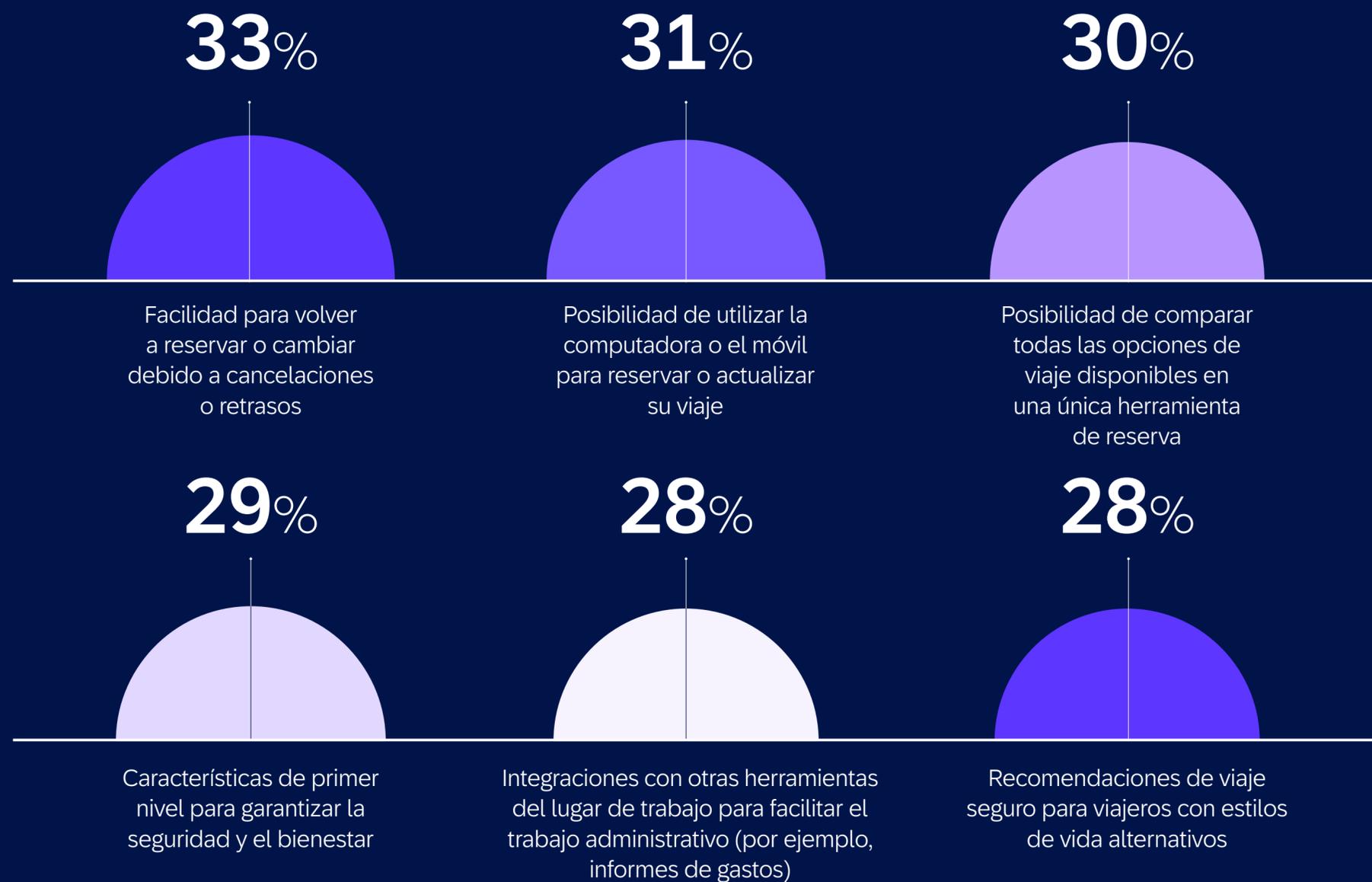
LAS VENTAJAS Y BENEFICIOS QUE SE ESTÁN REDUCIENDO

% de viajeros de negocios que declaran haber visto recortadas sus prestaciones



LOS VIAJEROS TIENEN GRANDES EXPECTATIVAS SOBRE LA HERRAMIENTA DE RESERVAS DE SU COMPAÑÍA

Factores críticos que los viajeros desean en una herramienta de reserva corporativa



Fuente: 6.º Informe global anual de investigación de viajeros de negocios de SAP Concur

PARA SATISFACER SUS DEMANDAS ACTUALES, CADA VEZ SON MÁS LOS QUE ABANDONAN LA HERRAMIENTA DE RESERVA APROBADA

Los principales motivos por los que los viajeros de negocios utilizan canales no gestionados

● Ofertas ● Compras más sencillas ● Gestión del cambio ● Puntos de fidelidad

VUELOS

Agencias de viajes en línea

Directamente con la aerolínea

56%

Ofertas



61%

Gestión del cambio



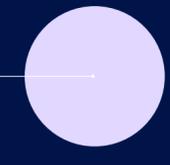
46%

Compras más sencillas



43%

Puntos de fidelidad



39%

Gestión del cambio



41%

Ofertas



HOTELES

Agencias de viajes en línea

Agencias hoteleras

61%

Ofertas



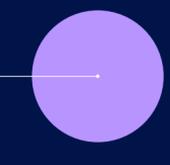
49%

Gestión del cambio



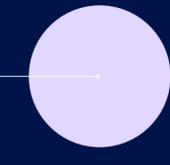
38%

Gestión del cambio



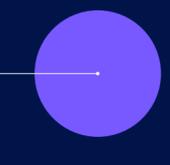
44%

Puntos de fidelidad



35%

Hábito/compra más fácil

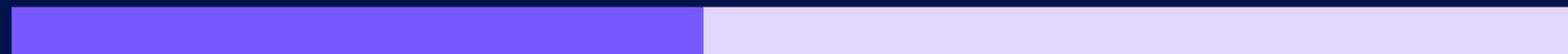


42%

Ofertas



El 44%



de los viajeros de negocios que conocen su herramienta de reservas corporativas siguen reservando a través de canales no gestionados

Fuente: Encuesta sobre viajes de negocios corporativos de Deloitte 2024

ESTO DIFICULTA MUCHO MÁS A LOS TRAVEL MANAGER A LA HORA DE HACER SU TRABAJO

Más de

1/3



de los travel manager (37%) deben velar por la seguridad de los viajeros sin tener plena visibilidad de sus desplazamientos

LOS PRINCIPALES DESAFÍOS DE LOS TRAVEL MANAGER PARA EL PRÓXIMO AÑO

1

Mayores preocupaciones de seguridad

38%

2

Falta de utilización de las herramientas de reserva de la compañía por parte de los empleados

38%

3

Falta de difusión del contenido completo por parte de las aerolíneas

36%

Fuente: 6.º Informe global anual de investigación de viajeros de negocios de SAP Concur

Acerca de SAP Concur

SAP® Concur® es la marca líder mundial en la gestión integral de viajes, gastos y facturas. Impulsadas por una búsqueda incesante por simplificar y automatizar los procesos cotidianos, las soluciones guían a los empleados a través de viajes de negocios, trasladan los cargos autorizados directamente a informes de gastos y automatizan las aprobaciones de facturas. Al integrar datos casi en tiempo real y usar la inteligencia artificial para analizar transacciones, las compañías pueden ver lo que gastan, mejorar el cumplimiento y evitar posibles puntos ciegos en el presupuesto. SAP Concur está imaginando un mundo en el que los viajes y los gastos prácticamente se gestionan a sí mismos, ayudando a las compañías a rendir al máximo cada día.

 Obtenga la Guía para el éxito del Travel Manager para obtener estrategias, herramientas y consejos clave
Descargue nuestra hoja de referencia: [5 consejos para mejorar la experiencia de viaje de sus empleados](#)

Obtenga más información en concur.com o en el [blog](#) de SAP Concur

© 2024 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 este material.

