

A black and white photograph of a woman walking on a cobblestone street, pulling a large rolling suitcase. She is wearing a long, dark coat and high boots. The background is slightly blurred, showing a building and a street lamp.

WAKEFIELD

Reporte global de pequeñas y medianas empresas

Patrocinado por

SAP Concur



Índice



Viajeros de negocios de todo el mundo

Resumen ejecutivo	3
Ansiosos por salir a la carretera con más frecuencia	4
Dispuestos a actuar para satisfacer sus necesidades	4
Empleados empoderados	5
Conclusión	7
Notas sobre la metodología	8

Resumen ejecutivo



Si bien los viajeros de negocios siguen dispuestos a viajar este año, muchas empresas con menos de 1,000 empleados viajan menos de lo que preferirían en este momento. Aunque un número importante de ellos lo atribuye a un enfoque de “más viajes en temporada baja” por parte de sus empresas, **a muchos les preocupa el panorama general de los viajes, en particular el aumento de los precios del petróleo y la inflación, así como las amenazas a sus presupuestos.**

Estos viajeros de negocios se sienten empoderados y están dispuestos a actuar si sus calendarios de viaje no mejoran. Un número significativo está dispuesto a buscar un nuevo puesto, y la mayoría está dispuesta a rechazar los viajes asignados que amenazan su salud, seguridad, vida personal o salud mental.

Atraerlos a un puesto con más viajes puede ser menos costoso de lo esperado, ya que les interesa algo más que un salario más alto o una bonificación, lo que deja margen para atraerlos con una mayor flexibilidad y ventajas que favorezcan el equilibrio entre el trabajo y la vida personal.

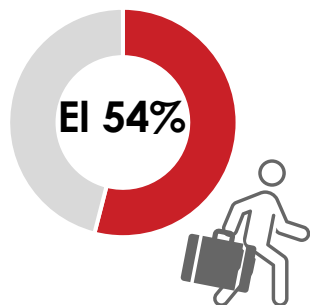
SAP Concur encuestó a 1,650 viajeros de negocios en 6 mercados, a través de Wakefield Research, para obtener perspectivas sobre el estado de los viajes de negocios en empresas con menos de 1,000 empleados.

Pequeñas y medianas empresas

Ansiosos por salir a la carretera con más frecuencia

Los viajeros de negocios de empresas con menos de 1,000 empleados están ansiosos por volver a salir a la carretera. **Casi todos (98%) están dispuestos a viajar por negocios en los próximos 12 meses, incluyendo más de la mitad (54%) que están muy dispuestos a hacerlo.** A pesar de esto, 3 de cada 5 viajeros en estas organizaciones (60%) comentan que sus calendarios de viaje actuales no cumplen con las expectativas.

Los viajeros están listos para los viajes de negocios



Más de la mitad de los viajeros de negocios en empresas con menos de 1,000 empleados están **muy dispuestos a viajar** este año.

Casi 2 de cada 5 (39%) viajan actualmente menos de lo que les gustaría. Por el contrario, alrededor de la mitad (21%) viaja más de lo que desea, lo que respalda la opinión expresada por la mayoría (84%) de que su empresa está volviendo a los niveles prepandémicos de viajes de negocios utilizando un enfoque de “más viajes en temporada baja”.

Además de sus calendarios de viaje, a estos empleados les preocupan los factores internos y externos que podrían afectar la capacidad de viajar. **A medida que el panorama económico cambia, más de un tercio (34%)**

afirman que la disminución de los presupuestos de viaje se encuentra entre las tres principales amenazas para los viajes de negocios.

Las amenazas externas a los viajes de negocios también podrían tener un profundo impacto, especialmente en organizaciones más pequeñas que dependen de los empleados para estirar los presupuestos de viajes más ajustados. Aunque la mayoría de las amenazas a los viajes de negocios se comparten entre todos los viajeros en estos mercados, los **viajeros de empresas con menos de 1000 empleados tienen una mayor preocupación por el aumento de los precios del petróleo y la inflación que los de organizaciones más grandes.** La mitad de los viajeros de estas empresas (50%) incluyen esto entre las tres principales amenazas para los viajes de negocios.

Amenazas para los viajes de negocios

Preocupaciones de salud y seguridad por COVID-19

61%

Aumento de los precios del petróleo y la inflación

50%

La guerra en Ucrania

36%

Presupuestos de viaje reducidos

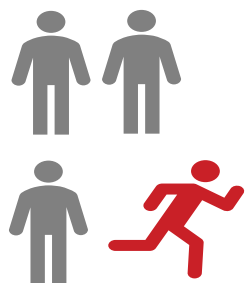
34%

Dispuestos a actuar para satisfacer sus necesidades

Probablemente impulsados en parte por la incertidumbre de las perspectivas de los viajes de negocios en este nuevo entorno económico, casi la mitad de

aquellos que no están satisfechos con su calendario de viajes actual (48%) están dispuestos a actuar, ya sea dentro de su empresa o en otro lugar si las cosas no mejoran. Teniendo en cuenta el mercado laboral, no es de extrañar que **más de una cuarta parte de los descontentos con su calendario de viajes (26%) busque un nuevo puesto si este no cambia.**

Listos para la reanudación



1 de cada 4 viajeros de negocios insatisfechos buscará un nuevo puesto si su calendario de viajes no mejora.

Sin embargo, atraer a estos viajeros a un puesto que requiera más viajes que el actual tendrá un precio: **el 90% dice que necesitaría un salario adicional, beneficios o flexibilidad para viajar.**

A menudo, los empleados se sienten atraídos por las pequeñas y medianas empresas por algo más que el salario y los beneficios, lo cual es evidente al examinar lo que atraería a estos viajeros a un puesto con más viajes. **Poco más de la mitad de los viajeros de empresas con menos de 1,000 empleados (55%) afirman que necesitarían un aumento salarial o una bonificación, en comparación con casi 2 de cada 3 viajeros en organizaciones más grandes (65%).** Otros incentivos de interés para estos viajeros incluyen la capacidad de trabajar desde casa (40%), tiempo de vacaciones adicional (37%) y el margen para elegir opciones de transporte y alojamiento de categoría superior (37%).

El precio de atraer viajeros a puestos con más viajes

Mayor salario y/o bonificación

55%

Capacidad para trabajar desde casa

40%

Tiempo de vacaciones adicional

37%

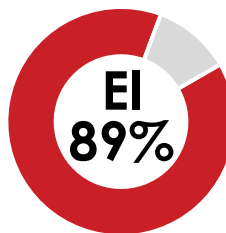
Opciones de viaje de categoría superior

37%

Empleados empoderados

Los viajeros de empresas con menos de 1,000 empleados están dispuestos a adoptar una postura contra asignaciones de viaje específicas: **casi 9 de cada 10 (89%) están dispuestos a rechazar un viaje de negocios que se les asigne por motivos de seguridad, personal o del medio ambiente.**

Los viajeros están dispuestos a decir "No"



Rechazaría un viaje de negocios que se le haya asignado por motivos de salud, seguridad o una razón personal.

Los principales motivos para hacerlo son los problemas de salud relacionados con la COVID-19 (47%) y los problemas de seguridad para viajar a ciertas partes del mundo (47%). 4 de cada 5 (80%) comentan que la guerra en Ucrania les ha afectado, incluyendo casi la mitad (46%) que han experimentado directamente cosas como rutas de vuelo alteradas para evitar áreas afectadas por la guerra o viajes cancelados.

Los viajeros de negocios de empresas con menos de 1,000 empleados consideran que la flexibilidad de los viajes es vital. Un abrumador 89% señala las opciones flexibles de viajes y reservaciones como esenciales para garantizar su salud y seguridad mientras viajan.

Aunque tienen expectativas ligeramente más bajas que las de las empresas más grandes cuando se trata de seleccionar su alojamiento preferido (el 41% en empresas con menos de 1000 empleados esperan esto, en comparación con el 48% de los viajeros en empresas más grandes) y decidir cuánto tiempo durará su viaje (el 34% espera esto, en comparación con el 40% en empresas más grandes), es igualmente probable que

requieran la capacidad de seleccionar su modo de viaje preferido (44%) y reservar su viaje directamente en los sitios de proveedores (38%).

Un viaje seguro significa un viaje flexible

Selección del modo de viaje preferido

44%

Seleccionar alojamiento preferido

41%

Reservar directamente en sitios web de proveedores

38%

Decidir cuánto durará el viaje

34%

Enfoque en la sostenibilidad

Casi todos los viajeros de negocios de empresas con menos de 1,000 empleados dicen que es importante tener información de sostenibilidad para cada opción de viaje al reservar su viaje de negocios (94%) y tienen previsto actuar en los próximos 12 meses para reducir el impacto medioambiental de sus viajes (94%). Estas acciones incluyen realizar esfuerzos relacionados con el transporte, como utilizar métodos de viaje alternativos o transporte público (52%), tomar medidas relacionadas con el alojamiento, como alojarse en hoteles más ecológicos o solicitar un servicio de limpieza menos frecuente (52%) y combinar viajes cercanos en un viaje más largo (41%).

Pasos personales para un viaje más sostenible

Esfuerzos relacionados con el transporte

52%

Medidas relacionadas con el alojamiento

52%

Combinar viajes cercanos en un viaje más largo

41%

Conclusión

Muchos viajeros de negocios de empresas con menos de 1,000 empleados viajan menos de lo que quieren en este momento, y están preparados para actuar de formas tanto grandes como pequeñas, ya sea buscando un nuevo puesto o rechazando un viaje asignado. **Para las empresas con menos viajeros disponibles y presupuestos más ajustados, ambas acciones podrían tener un impacto significativo en la capacidad de volver con éxito a los niveles de viajes previos a la pandemia.**

A los viajeros de estas empresas también les preocupa que el aumento de los precios del petróleo y la inflación puedan afectar a los viajes de negocios en su conjunto. Las pequeñas y medianas empresas generalmente operan con menos margen de error y quizás sean más susceptibles a estos factores externos que las empresas más grandes.

En medio de estas preocupaciones y las fluctuaciones del entorno empresarial actual, las empresas con menos de 1,000 empleados deben tener especialmente en cuenta las preferencias y los calendarios de sus viajeros de negocios, sin dejar de respetar los presupuestos afectados por la pandemia. Los viajeros se unen a estas organizaciones por algo más que un simple cheque de pago, y para retenerlos, las empresas deben asegurarse de que sus empleados se sientan seguros y atendidos.

Tomar medidas adicionales para garantizar a los viajeros que la organización está trabajando para apoyarlos, tanto en viajes de negocios como en el equilibrio entre la vida laboral y personal, podría ayudar mucho a retener a estos empleados. Sin embargo, el hecho de no encontrar la frecuencia de viajes que mejor se adapte a ellos puede, en última instancia, presentar una oportunidad para los competidores, ya que una proporción significativa comenta que buscarán otros trabajos si los calendarios de viaje no mejoran.

Notas sobre la metodología

Wakefield Research (www.wakefieldresearch.com) llevó a cabo la encuesta de SAP Concur: viajeros de negocios de pequeñas y medianas empresas, entre el 28 de abril y el 23 de mayo de 2022, entre 1,650 viajeros de negocios, definidos como aquellos que viajaron por negocios más de 3 veces en los últimos 24 meses, en 6 mercados: EE. UU., Canadá, Reino Unido, Francia, región de ANZ (Australia y Nueva Zelanda) y Japón. Los datos se han ponderado para facilitar el seguimiento.

Los resultados de cualquier muestra están sujetos a una variación de muestreo. La magnitud de la variación es cuantificable y se ve afectada por el número de entrevistas y el nivel de porcentajes que expresan los resultados. Para las 1,650 entrevistas realizadas en los mercados de las pymes, las posibilidades de que el resultado de una encuesta no varíe son 95 en 100, más o menos, en más de 2,4 puntos porcentuales del resultado que se obtendría si se hubieran realizado entrevistas con todas las personas del universo representadas por la muestra.



WAKEFIELD

Gracias

Acerca de Wakefield Research

Wakefield Research es un proveedor principal independiente de la investigación de mercado cuantitativa, cualitativa e híbrida y de la inteligencia de mercado. Wakefield Research apoya las marcas y agencias más destacadas del mundo, que incluyen 50 de Fortune 100 en 90 países. Nuestro trabajo se publica periódicamente en los medios de comunicación.

WakefieldResearch.com