

TENDENCIAS EN VIAJES DE NEGOCIOS PARA 2022

DICIEMBRE 2021





TENDENCIAS EN VIAJES DE NEGOCIOS PARA 2022

- ▶ EL VALOR DE LOS VIAJES DE NEGOCIOS
- ▶ VIAJES AMBIENTALMENTE SOSTENIBLES
- ▶ EXPECTATIVAS DEL NUEVO TRABAJADOR
- ▶ GESTIÓN DEL RIESGO DE LAS PERSONAS
- ▶ UN CONJUNTO MAS AMPLIO DE RIESGOS
- ▶ FUNDAMENTOS DE CIBERSEGURIDAD
- ▶ REINICIO DE LA GLOBALIZACIÓN
- ▶ TECNOLOGÍA FINANCIERA EN LA MIRA
- ▶ COMPARTA SUS OPINIONES

La pandemia de COVID-19 ha dominado nuestras vidas durante los últimos dos años, y el reconocimiento de Omicron como una variante preocupante puede hacer que esto continúe durante un tiempo más. Este enfoque en COVID-19 es totalmente comprensible. Lo más probable es que nos haya tocado a todos a nivel personal de alguna manera. Y, por supuesto, las restricciones que acompañaron a la pandemia causaron importantes daños y perturbaciones en los viajes de negocios.

Ahora estamos más cerca de salir de la crisis, aunque eso signifique simplemente aprender a vivir con COVID-19; una posición que muchos países están adoptando ahora. Eso no significa que las cosas vayan a ser exactamente igual que antes de la pandemia. Algunas prácticas introducidas en respuesta a la pandemia pueden perdurar más allá de ella, y es probable que los viajes sigan siendo más complejos durante algún tiempo. Los dos últimos años también han sido un momento de reflexión, que ha llevado a **reenfocar las nuevas prioridades** para el futuro.

¿Qué significa este reenfoque para los viajes? Hemos identificado una breve lista de tendencias que, en nuestra opinión, resonarán tanto en los gestores de viajes como en los viajeros durante 2022. Las seguiremos durante los próximos 12 meses y más allá, y cuando creamos que es el momento adecuado, informaremos sobre algunas de ellas con más detalle. Para dar una muestra de lo que nos espera, hemos elaborado este informe en el que se describen las tendencias de los viajes de negocios en 2022.



EL VALOR DE LOS VIAJES DE NEGOCIOS

La importancia de los viajes de negocios

En los últimos 20 meses, más o menos, una buena parte de la comunicación laboral cotidiana se ha trasladado a **Internet** sin apenas pérdida de productividad de los empleados ni de los resultados de las empresas. Las empresas se vieron obligadas a adaptarse rápidamente a los nuevos entornos de trabajo y a utilizar ampliamente las tecnologías de comunicación virtual. La configuración del trabajo híbrido y a distancia funcionó sorprendentemente bien para muchos empleados y empleadores.

Mientras los viajes de negocios se detuvieron casi por completo, muchas empresas registraron altos beneficios. Comprensiblemente, los ejecutivos empezaron a preguntarse si los volúmenes de viajes anteriores habían sido necesarios en absoluto y cómo deberían ser los viajes de negocios en el futuro. Para responder a estas preguntas, pueden encontrar algunas pistas en los resultados de nuestra encuesta de julio de 2021 a 738 viajeros de negocios. Tres cuartas partes nos dijeron que los viajes de negocios les ayudan a realizar su trabajo de forma eficiente y les proporcionan una oportunidad insustituible para reunirse con sus colegas, clientes y socios comerciales en persona (Fig. 1). Para cerca de la mitad de los encuestados, los viajes de negocios son una fuente de satisfacción laboral y también aumentan la productividad, lo que debería ser una buena noticia para sus empleadores. Sólo una pequeña proporción de los empleados plantearon los aspectos negativos de los viajes de negocios,

como el estrés que genera en sus familias, los problemas de salud o la alteración del equilibrio entre el trabajo y la vida privada.

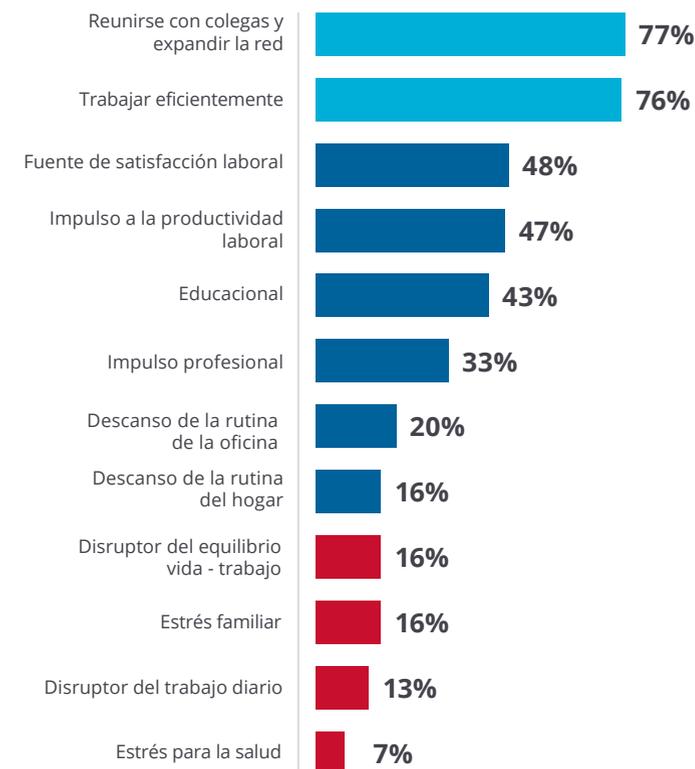
Remoto no es la única manera

El número de interacciones a distancia, basadas en pantallas, ha crecido progresivamente desde el inicio de la pandemia. La tecnología ha cambiado para siempre nuestra forma de trabajar. Pero Internet no es la mejor solución para todos los tipos de reuniones. Las videollamadas funcionan bien para ciertos tipos de reuniones, pero a veces es más productivo hacer negocios **en persona**.

Ciertos tipos de colaboración se realizan más eficazmente **cara a cara**. Seguimos necesitando visitar a los clientes y prospectos, ver, tocar y experimentar físicamente los productos, estrechar la mano, establecer contacto y mantener relaciones humanas. Como muestra nuestra investigación, los empleados que viajan consideran las reuniones con clientes en persona como la razón más importante de los viajes de negocios: **Tres cuartas partes** dicen que es extremadamente o muy importante reunirse con los clientes **cara a cara**. Al mismo tiempo, las reuniones internas de la empresa son las más vulnerables a la sustitución por soluciones virtuales.

FIGURA 1

EL VALOR DE LOS VIAJES DE NEGOCIOS



Fuente: Encuesta de BCD Travel a 101 compradores de viajes, Abril 2021



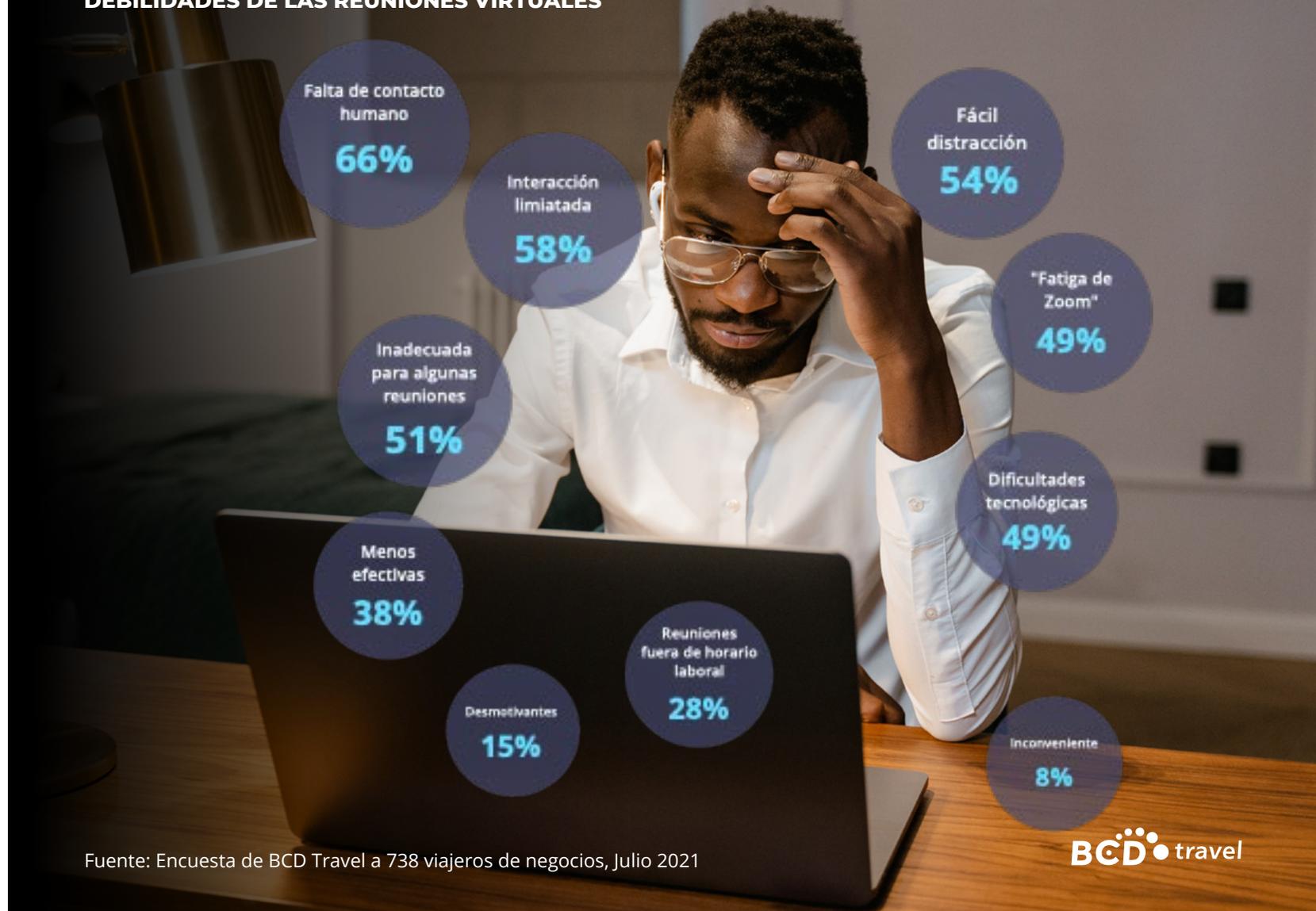
Las reuniones virtuales tienen sus debilidades

Aunque está claro que las reuniones virtuales y el trabajo a distancia han llegado para quedarse, es poco probable que anuncien la muerte de todos los viajes de negocios. Los empleados reconocen que lo virtual no es la única forma y cada vez más se preocupan por la perspectiva de depender de la interacción basada en la pantalla como método principal de reunión.

La comunicación virtual es especialmente ineficaz para establecer relaciones. Tras 20 meses de restricciones, la demanda reprimida de reuniones presenciales con clientes, socios y colegas nunca ha sido tan alta. A diferencia de las reuniones en persona, las virtuales carecen de contacto humano y ofrecen oportunidades de interacción limitadas (Fig. 2).

Es fácil distraerse durante estas reuniones con el timbre de la puerta o el ladrido de un perro. Además, la fatiga de Zoom (existen otras tecnologías de reuniones virtuales) y los problemas tecnológicos han contribuido a una mala experiencia de los usuarios, lo que a menudo hace que las reuniones virtuales sean **menos eficaces** que la comunicación en persona.

FIGURA 2
DEBILIDADES DE LAS REUNIONES VIRTUALES



Fuente: Encuesta de BCD Travel a 738 viajeros de negocios, Julio 2021

Viajar con propósito

No está claro cuándo los viajes de negocios volverán a niveles anteriores a la pandemia. El momento variará según el mercado y el motivo del viaje. Pero ya es hora de que las empresas y los gestores de viajes empiecen a pensar en el cambio de paradigma de los viajes y en cómo ajustar sus programas de viajes a las **nuevas formas de trabajar**. Entre las tareas cruciales de un gestor de viajes se encuentran medir el valor de los viajes, demostrar la calidad de sus resultados y demostrar a las partes interesadas internas que merecen la pena. La clave no es simplemente reducir el gasto en viajes -aunque algunas empresas quieran hacerlo-, sino aumentar la **eficacia** de esos viajes para alcanzar los objetivos de la empresa.

Para ello, los gestores de viajes tendrán que definir claramente lo que constituye un viaje de negocios **necesario**. Un viaje de negocios bien organizado que combine visitas a varios clientes en destinos cercanos puede tener un coste de viaje más elevado, pero evita que los viajeros salgan de viaje con tanta frecuencia. Los viajes de un día para asistir a una reunión de dos horas pueden desaparecer, ya que son más difíciles de justificar. En cambio, la transición al trabajo a distancia para muchos empleados puede generar nuevos tipos de viajes de negocios; algo que exploramos con más detalle en la sección sobre las expectativas de los nuevos trabajadores más adelante en este informe.

Pasar de la oficina al trabajo en casa puede eliminar por completo la necesidad de **desplazarse**. Pero de vez en vez, estos nuevos trabajadores remotos pueden necesitar desplazarse a reuniones internas en lugares definidos por la empresa. Puede tratarse de una oficina cercana o de algún otro lugar al que se pueda acceder de forma cómoda y barata. En lugar de menos desplazamientos y viajeros, algunas empresas pueden acabar teniendo más viajes de negocios con un propósito determinado que en el pasado, siempre que estos viajes sean justificables.

Los empresarios no serán los únicos que establezcan las nuevas normas para los viajes de negocios. Las preferencias y preocupaciones de los viajeros cambian cada día, y las políticas de viajes deben actualizarse en consecuencia. Ofrecer la libertad de decidir si viajar o no y por cuánto tiempo, favoreciendo los vuelos directos en lugar de los itinerarios de conexión, cuidar la salud y el bienestar del viajero... estos y muchos otros aspectos deberán tenerse en cuenta. A medida que los viajes aumentan gradualmente, comprender tanto los objetivos de la empresa como las necesidades del nuevo viajero es una **tarea crucial** para los gestores de viajes.



Las empresas consideran cada vez más los viajes de negocios como inversiones vinculadas a sus valores, misión y objetivos. La vuelta a los viajes implica ahora una **evaluación del propósito, la salud y la seguridad de los empleados, y la provisión de los recursos adecuados para aumentar la confianza de los viajeros sobre dónde, cuándo y cómo se llevarán a cabo los negocios.**



AMY DALTON

Senior Vice President,
Americas



VIAJES AMBIENTALMENTE SOSTENIBLES

El cambio climático en el punto de mira

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP26), celebrada en noviembre de 2021, ha colocado el cambio climático y la sostenibilidad en el punto de mira mundial, y es un tema que está siendo ampliamente adoptado. A medida que más países y organizaciones no gubernamentales multinacionales, como la IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo), se comprometen a lograr un futuro con **cero emisiones de carbono**, la presión aumentará sobre todos, incluidas empresas y empleados que viajan en su nombre, para que contribuyan a **reducir las emisiones**.

El sector de los viajes está invirtiendo

El interés por el **combustible de aviación sostenible** (SAF) está cobrando fuerza como solución a corto plazo para reducir las emisiones, y las empresas aeroespaciales y de aviación están invirtiendo para utilizar SAF a gran escala. Las empresas también están empezando a comprar SAF para viajes de negocios, comprometiéndose a utilizar el combustible. Al mismo tiempo, las empresas aeroespaciales están buscando nuevas tecnologías, como los vuelos con motor **eléctrico** y de **hidrógeno**, que ayudarán a conseguir la **neutralidad de carbono** necesaria para los viajes sostenibles.

El aprovechamiento de la tecnología por parte de los proveedores de viajes va más allá de los aéreos con cero emisiones de carbono. El Hyperloop y los vehículos eléctricos destinados a mejorar la movilidad urbana son algunas de las innovaciones que también deberían contribuir a que los viajes sean más **sostenibles**.

Los gestores de viajes prestan atención

En el último año, el interés por los viajes sostenibles ha aumentado entre la mayoría de los grupos de interés de los viajes. Esa es la opinión de los gestores de viajes que encuestamos durante abril de 2021 (Fig. 3).

Crean que el cambio positivo es más pronunciado en los sectores en los que trabajan, y **tres cuartas partes** afirman tener más interés en la **sostenibilidad** en sus propias empresas. Sus directivos también están más convencidos. Pero los gestores de viajes creen que las actitudes de sus propios viajeros de negocios siguen divididas. Sin embargo, esto no refleja necesariamente el grado de compromiso con los viajes sostenibles de sus viajeros, sino que simplemente muestra el grado en que se cree que ha cambiado su interés.

FIGURA 3

¿HA CRECIDO EL INTERÉS EN LA SOSTENIBILIDAD

Su Industria



Proveedores de viajes



Su alta dirección



TMCs



Otras partes interesadas internas



Sus viajeros



■ SI ■ NO ■ No sabe

Fuente: Encuesta de BCD Travel sobre 101 compradores de viajes, abril de 2021





Los gestores de viajes deben buscar diversos enfoques para **reducir la huella de carbono** de sus programas.

Las empresas están empezando a actuar

La pandemia mundial y el auge de los problemas climáticos están impulsando a los gestores de viajes a **reevaluar** sus programas de viajes. A medida que muchas empresas adoptan objetivos de sostenibilidad medioambiental, éstos exigen naturalmente que se tomen medidas en los viajes de negocios. Algunos clientes corporativos ya se están asociando con proveedores de viajes para reducir su impacto medioambiental. La consultora mundial Deloitte es uno de esos casos, ya que ha llegado a acuerdos con American Airlines y Delta Air Lines para comprar **combustible de aviación sostenible** para una parte de sus viajes de negocios.¹ Microsoft ha firmado un acuerdo similar con Alaska Airlines. Los gestores de viajes deben estudiar diversos enfoques para **reducir la huella de carbono** de sus programas.

Los documentos de solicitud de propuestas (RFP) que emiten a los proveedores exigirán cada vez más compromisos en materia de sostenibilidad y más información sobre los progresos realizados para alcanzar sus objetivos de sostenibilidad. Y lo más probable es que los compradores de viajes quieran información suficiente para poder comparar las RFP y los proveedores en función de la sostenibilidad medioambiental. También necesitarán que sus proveedores proporcionen la información adecuada en el **punto de reserva**, para que los viajeros puedan tomar las decisiones de viaje más sostenibles. Y a la hora de medir el rendimiento de los programas, querrán cuadros de mando más sólidos que vayan **más allá de las emisiones de carbono** como medio para medir los viajes sostenibles.



Estamos viendo cómo los compradores de viajes se centran cada vez más en la sostenibilidad, desde la selección de proveedores hasta los **métodos innovadores para medir los viajes sostenibles**. Sus esfuerzos van más allá de lo obvio, como las reuniones virtuales o los modos de viaje alternativos, ya que también observamos un mayor interés por los viajes de **bleisure**, que combinan negocios y ocio, para reducir su huella de carbono.



KATHY JACKSON
Vicepresidenta,
Presidenta Ejecutiva de
Sostenibilidad



NUEVAS EXPECTATIVAS DE LOS TRABAJADORES

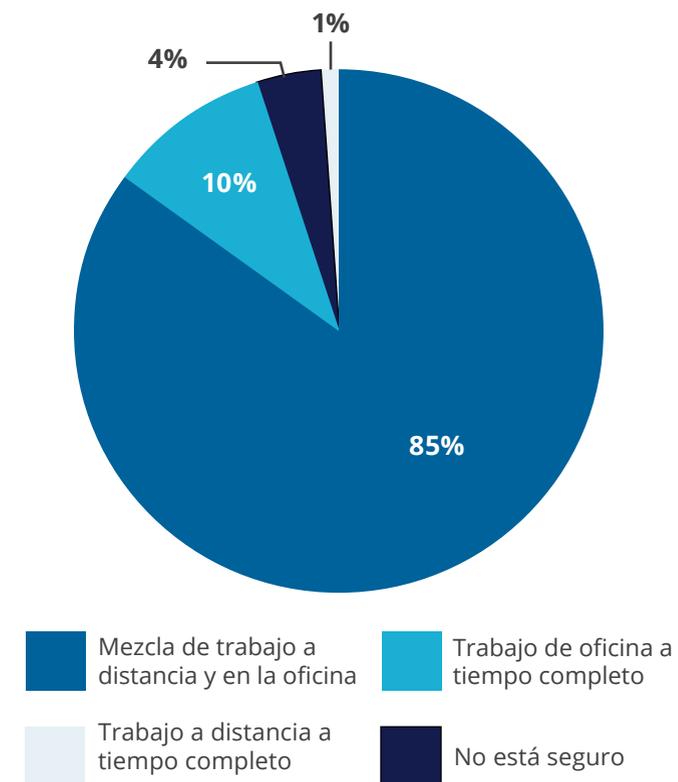
La ubicación del trabajo está cambiando

Los avances tecnológicos y los cambios sociales han contribuido a la proliferación de nuevas formas de trabajo para los empleados (normalmente) de oficina. El trabajo a distancia es ya una práctica consolidada en muchas empresas, y sigue impulsando cambios dinámicos en el mercado laboral. Ha adoptado nuevas formas, con la aparición de **trabajadores híbridos** y **nómadas digitales**. Esta tendencia hacia el trabajo a distancia recibió un gran impulso por la pandemia del COVID-19, y muchos trabajadores se vieron obligados a adoptar el trabajo a distancia, aunque fuera temporalmente. Pero parece que este cambio hacia nuevas ubicaciones para el trabajo será ahora una característica **permanente** para muchos trabajadores, muchos de los cuales (o cuyos empleadores) pueden no haber considerado seriamente hasta que se vieron obligados por la pandemia.

Hoy en día, las empresas apuestan cada vez más por políticas de trabajo desde casa para los trabajadores de oficina en particular. Nuestro estudio sobre los viajeros de negocios revela que el **85%** espera que la política de su empresa sobre el lugar de trabajo incluya una combinación de trabajo a distancia y en la oficina, un enfoque híbrido (Fig. 4). Sólo el **10%** espera que se le exija trabajar en la oficina a tiempo completo. Basándose en su experiencia de los dos últimos años, las empresas han comprobado que es posible realizar muchos trabajos de forma eficaz desde casa -al menos temporalmente- sin pérdida de productividad. Los trabajadores a distancia normalmente sólo necesitan un ordenador portátil y una conexión a Internet para hacer su trabajo. En teoría, esto significa que muchos pueden trabajar literalmente desde cualquier lugar: casa, espacios de trabajo dedicados, hoteles o cafés con Wi-Fi (a pesar de los problemas de ciberseguridad).

FIGURA 4

¿CUÁLES SERÁN LAS POLÍTICAS DEL LUGAR DE TRABAJO EN EL FUTURO?



Fuente: Encuesta de BCD Travel a 738 viajeros de negocios, Julio de 2021

Nómadas digitales: un nuevo tipo de trabajador a distancia

El cambio hacia el trabajo a distancia y una mano de obra más móvil ha hecho que la gente de los viajes hable de la aparición del nómada digital. Se trata de empleados que pueden trabajar a distancia, y a menudo pueden trabajar para una organización internacional o para una empresa registrada en un tercer país.

A nivel mundial, se cree que ya hay más de **35 millones** de nómadas digitales, una cifra cercana a la población de Canadá.² De estos nómadas, la mayoría son autónomos, pero el **17%** son empleados por sus empresas específicamente como trabajadores a distancia, y su proporción está creciendo rápidamente. Dos terceras partes de los nómadas digitales prefieren permanecer en un mismo lugar entre **3 y 6 meses**, lo que los convierte en seminómadas.

Los países, en particular los que dependen del turismo estacional, se han dado cuenta de las ventajas de atraer a un grupo de trabajadores altamente cualificados (y potencialmente bien pagados), que pueden beneficiar a las economías locales durante la temporada baja simplemente por estar allí. Barbados, Croacia, Estonia y Rumanía son algunos de los países que ofrecen a los nómadas digitales visados que permiten a los nacionales de terceros países permanecer y trabajar para un empleador en el extranjero durante al menos un año.

Qué significa esta nueva movilidad de los empleados para los empresarios

Los empleados altamente cualificados exigen cada vez más flexibilidad. Existe un apetito de cambio entre los trabajadores. Según nuestra encuesta de julio de 2021 sobre viajeros de negocios, al **25%** le gustaría trasladarse a otra ciudad o país y trabajar a distancia desde allí. Y a casi un tercio le gustaría trabajar a distancia durante los viajes largos a los destinos de su elección.

La disponibilidad del trabajo flexible puede afectar tanto a la imagen de una empresa como a sus resultados. Si las empresas no escuchan a sus empleados, éstos pueden irse a otra parte. Las empresas se arriesgan a perder a algunos de sus empleados con **mayor rendimiento**. Ofrecer el trabajo a distancia se considera cada vez más una ventaja, que ayuda a retener a los trabajadores y a atraer a nuevos empleados de una reserva de talento global. Las empresas también pueden beneficiarse de la reducción de sus **costes de oficina** -e incluso de la generación de ingresos mediante el subarrendamiento de espacios de oficina infrautilizados- y de la reducción de los costes de los empleados mediante la contratación en una mayor variedad de lugares. Y, a medida que las empresas se centran más en la sostenibilidad, también pueden argumentar una **reducción de las emisiones** por la disminución de los desplazamientos de los empleados que trabajan a distancia. El trabajo a distancia puede ser mutuamente beneficioso para empleados y empresarios.



NUEVAS EXPECTATIVAS DE LOS TRABAJADORES

Los proveedores de viajes están respondiendo a estos cambios del mercado laboral. Los nómadas digitales buscan estancias prolongadas. Los hoteles han respondido ofreciendo cada vez más lofts y espacios sociales polivalentes para viajeros de negocios creativos a los que les gusta mezclar el trabajo y el ocio en un entorno de vida estando fuera de casa durante periodos prolongados.

El trabajo a distancia crea nuevos viajeros de negocios

El entorno de trabajo de los empleados a distancia difiere claramente a los de oficina y también tienen necesidades diferentes. Estas diferencias y cambios en los lugares de trabajo darán origen a **nuevos tipos** de viajes de negocios. Aunque nuestra investigación ha demostrado que las reuniones internas son más vulnerables a la sustitución por las tecnologías virtuales, cualquiera, en un equipo formado por trabajadores remotos necesitará reunirse **cara a cara**, aunque sea ocasionalmente. Lo que era un desplazamiento a la oficina se convierte ahora en un viaje de negocios, que puede ser más conveniente para todas las plataformas de reunión.

Las empresas están respondiendo a esta evolución, cerrando espacios de oficina y fomentando que equipos virtuales y remotos se reúnan en oficinas centrales, otras convenientemente situadas o fuera de ellas. Es probable que los patrones de viaje en el futuro cambien, ya que el trabajo a distancia puede dar lugar a más viajes, ya que el **viajero** de ayer se convierte en el **viajero de negocios** de mañana.

Qué significa todo esto

Dado el creciente interés de los empleados por cambiar de lugar de trabajo, las empresas se ven más presionadas para permitir el trabajo **flexible**. Los empleadores pueden beneficiarse de una mayor movilidad laboral que ayude a ajustar la plantilla en diferentes lugares. Para gestionar una plantilla híbrida, las empresas deben hacer sus deberes. En la actualidad, pocas organizaciones tienen una política oficial para los nómadas digitales, aunque es crucial trabajar para paliar los riesgos legales y normativos y evitar las trampas fiscales.

No hay una solución universal. Algunas empresas pueden exigir autorización para que los empleados trabajen desde terceros destinos. Otras pueden ofrecer diferentes tipos de contrato a los nómadas digitales. El trabajo a distancia puede simplemente estar prohibido sólo en determinados países. Pero las empresas tienen que aportar claridad, y para ello deben ser más conscientes de las consecuencias de todas las formas de trabajo a distancia. Así podrán elaborar planes para gestionar las necesidades de los nómadas digitales, los trabajadores a distancia y los trabajadores híbridos.

Esto no es sólo responsabilidad del gestor de viajes. Hay que implicar a otras partes interesadas, como los departamentos de Recursos Humanos, Jurídico y de TI (especialmente la seguridad informática). Cuando todo el mundo está de acuerdo, se pueden formular **políticas** de trabajo a distancia y comunicarlas adecuadamente a los empleados. Esto puede parecer una tarea difícil, pero es inevitable para mantener la seguridad tanto de la empresa como de los trabajadores a distancia.



Ya han pasado los tiempos de las rígidas políticas de empleo diseñadas predominantemente para los trabajadores de oficina. La transición a entornos remotos está cambiando rápidamente la forma de trabajar y viajar. Las empresas deben ajustar las políticas laborales a las necesidades de los nómadas digitales y de los empleados híbridos, situándolos firmemente en la agenda de gestión de riesgos de las personas. A largo plazo, cuidar bien de la mano de obra altamente cualificada beneficiará a ambos.



**NATALIA
TRETAYAKEVICH**

Director, Investigación e
Inteligencia



GESTIÓN DEL RIESGO DE LAS PERSONAS

La responsabilidad empresarial va más allá de los viajes de negocios

A medida que las empresas siguen gestionando nuevas plantillas híbridas, con una parte considerable de empleados que pasan a **trabajar a distancia**, se ven obligadas a ampliar su deber de cuidado más allá de los viajes de negocios para incluir a todos los empleados cuando están fuera de la oficina. Este requisito se ha visto reforzado por el desplazamiento de los trabajadores fuera de las oficinas, ya que algunos han optado por convertirse en nómadas digitales, trabajando a distancia y cambiando frecuentemente de ubicación. Así, la pandemia de COVID-19 ha hecho que el enfoque de la gestión de riesgos se dirija hacia el **empleado**, haciendo que no se trate simplemente de los viajes.

En los últimos años, se ha dado mayor libertad a los empleados sobre la ubicación de su trabajo diario, y muchos han hecho buen uso de esta libertad. Según nuestra encuesta de julio de 2021, realizada a 738 empleados itinerantes, al **25%** le gustaría trasladarse a otra ciudad o país y trabajar a distancia desde allí. Dado que los trabajadores a distancia están cada vez más presentes en el radar de los gestores de viajes, puede ser el momento de replantearse las estrategias y prácticas de gestión de los riesgos de viaje.

¿Quién es el responsable?

Las organizaciones buscan cada vez más formas de garantizar que sus empleados sean conscientes de los riesgos potenciales a los que se enfrentan en **cualquier momento** y de ayudarles a mantenerse seguros y productivos, **independientemente de dónde se encuentren**. El auge de los nómadas digitales ha creado nuevos retos y oportunidades para los gestores de viajes (véase la sección Nuevas expectativas de los trabajadores).

Proteger a los empleados remotos requiere un enfoque integrado de varias partes interesadas. COVID-19 ya ha exigido la colaboración entre múltiples funciones y departamentos, desde la gestión de riesgos y los recursos humanos (RH) hasta las adquisiciones, la comunicación y la alta dirección. Al tratarse de gestión de riesgos para las personas, la colaboración es crucial para proporcionar la supervisión que se necesita para gestionarla eficazmente, previniendo riesgos o mitigando las consecuencias.

Los gestores de viajes ven evolucionar cada vez más su ámbito de actuación. De gestionar los riesgos de los viajeros, ahora se ocupan de una amplia gama de empleados remotos. Trabajan con otras partes interesadas, ayudándoles a aplicar tácticas comunes de gestión de riesgos de los viajeros en toda la organización, para **todos los empleados**.

Pasar a la gestión del riesgo de las personas

La gestión de los riesgos para las personas está subiendo constantemente en la agenda corporativa, convirtiéndose en una prioridad para los responsables de RRHH, riesgos y gestores de viajes. En el pasado, algunas empresas utilizaban herramientas especializadas para hacer un seguimiento de los eventos de alto riesgo que podían influir en la ubicación de sus oficinas. El objetivo del deber de cuidado del viajero era cuidar de los empleados que salían a viajar para hacer negocios.

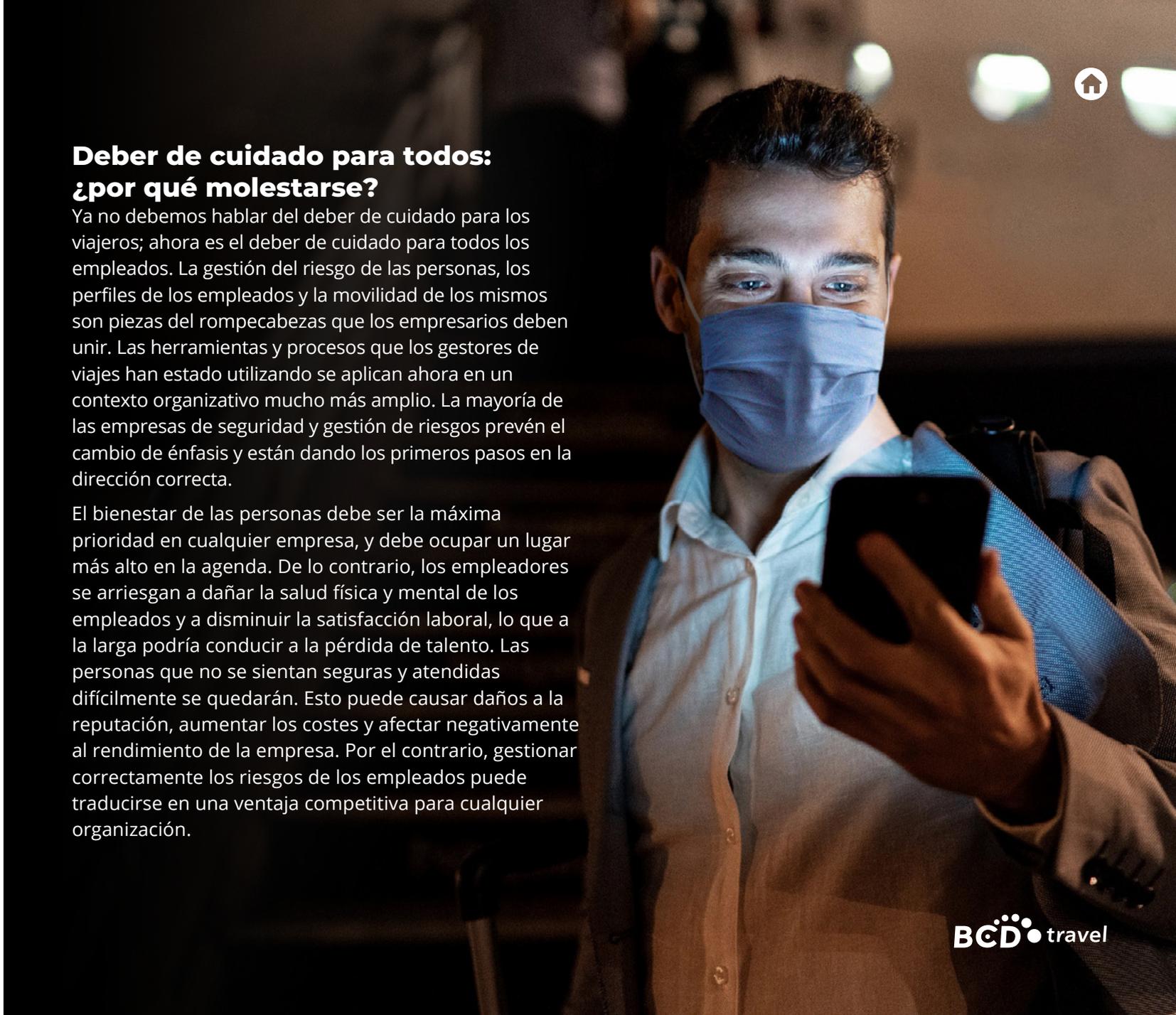
Es necesario adoptar un nuevo enfoque que abarque trabajadores híbridos, debe ampliarse para incluir nuevos lugares que los empleados han elegido como el sitio permanente o temporal de trabajo a distancia desde el inicio de la pandemia. Con el aumento de las empresas que adoptan políticas de trabajo desde cualquier lugar, **todos los empleados**, independientemente de su ubicación, pronto podrían necesitar y disfrutar de apoyo a la gestión de riesgos.

Con más empresas que adoptan políticas de trabajo desde cualquier lugar, todos los empleados, independientemente de su ubicación, pronto necesitarán y disfrutarán de apoyo para la gestión de riesgos.

Deber de cuidado para todos: ¿por qué molestarse?

Ya no debemos hablar del deber de cuidado para los viajeros; ahora es el deber de cuidado para todos los empleados. La gestión del riesgo de las personas, los perfiles de los empleados y la movilidad de los mismos son piezas del rompecabezas que los empresarios deben unir. Las herramientas y procesos que los gestores de viajes han estado utilizando se aplican ahora en un contexto organizativo mucho más amplio. La mayoría de las empresas de seguridad y gestión de riesgos prevén el cambio de énfasis y están dando los primeros pasos en la dirección correcta.

El bienestar de las personas debe ser la máxima prioridad en cualquier empresa, y debe ocupar un lugar más alto en la agenda. De lo contrario, los empleadores se arriesgan a dañar la salud física y mental de los empleados y a disminuir la satisfacción laboral, lo que a la larga podría conducir a la pérdida de talento. Las personas que no se sientan seguras y atendidas difícilmente se quedarán. Esto puede causar daños a la reputación, aumentar los costes y afectar negativamente al rendimiento de la empresa. Por el contrario, gestionar correctamente los riesgos de los empleados puede traducirse en una ventaja competitiva para cualquier organización.





Los gestores de viajes necesitarán las herramientas adecuadas

para mantener a todos los empleados seguros y protegidos, los gestores de riesgos deben contar con las herramientas adecuadas.

SEGUIMIENTO DE LOS EMPLEADOS

Las herramientas de información o seguimiento de la seguridad acabarán dando cabida a nuevas categorías de empleados. En lugar de supervisar sólo a viajeros en lugares de riesgo, los empresarios deben proporcionar estas herramientas a los empleados **remotos** y permitirles "registrarse" en **cualquier momento y lugar**. Mantener el conocimiento de la situación para todos los empleados requiere un enfoque diferente al utilizado para los viajeros de negocios. Debe situarse correctamente, logrando el equilibrio entre la protección de los empleados en caso de crisis, al tiempo que se evita la asociación con un control excesivo por parte del empleador. Es crucial que los empleados sean educados y entiendan cuáles son los motivos de su empleador.

INTELIGENCIA

Para empezar, es importante proporcionar a los empleados la información **pertinente** sobre su ubicación, ya sea el destino de un viaje de negocios o su lugar de trabajo a distancia, temporal o permanente. Las alertas de viaje pueden ser útiles para ambos grupos de empleados y deben entregarse oportunamente a todos los grupos de trabajadores afectados. Es crucial asociarse con los proveedores globales y locales adecuados.

SUPERVISIÓN DE RIESGOS 24/7

El acceso a información **oportuna, precisa y relevante** es vital a la hora de supervisar situaciones de riesgo. La supervisión completa de los lugares relevantes debe estar bien dotada de recursos o automatizada para evitar errores humanos. Los destinos de interés deben ampliarse para incluir nuevos lugares habilitados por las políticas de trabajo desde cualquier lugar.

EVALUACIÓN DE RIESGOS

La evaluación completa de los riesgos tiene varios aspectos. Estos incluyen la identificación de los riesgos, la evaluación de su probabilidad, la elaboración de perfiles y la categorización de los riesgos dentro de un marco de respuesta, y la realización de revisiones oportunas. En un marco de gestión de riesgos para las personas, las medidas de mitigación para reducir el riesgo **cambiarán**. Las autorizaciones se aplicarán no sólo a los empleados que viajen, sino también a cualquier persona que se desplace durante períodos prolongados. La formación debe ofrecerse a todos los trabajadores en lugar de sólo a los viajeros. La ampliación de la evaluación de riesgos a todos los empleados significa que hay que tener en cuenta **nuevos riesgos** y perfiles. Esto añadirá inevitablemente cierta complejidad.



La pandemia ha cambiado por completo la forma de considerar la movilidad de empleados y el trabajo a distancia. Ha creado nuevos retos para los empresarios, ya que el trabajo a distancia significa trabajar desde cualquier lugar.

Las organizaciones con visión de futuro están pasando de la gestión del riesgo de los viajes a la gestión del riesgo de las personas. Reconocen el cambio de mantener la seguridad de los empleados que viajan a mantener la seguridad de todos los empleados, estén donde estén. Cuidar su gente dondequiera que esté.



JORGE MESA

Director, Gestión global de crisis



UN CONJUNTO **MÁS AMPLIO** DE RIESGOS

Los riesgos subyacentes no han desaparecido

Es comprensible que los riesgos asociados a una pandemia mundial hayan dominado la mente de la gente durante casi los dos últimos años. Es probable que los riesgos para la salud y la interrupción de los viajes sigan existiendo durante algún tiempo. Pero a medida que se vuelve a viajar, es importante reconocer los demás riesgos durante un viaje: no han desaparecido; sólo se han retirado de la conciencia. Los **riesgos subyacentes** no han desaparecido simplemente porque el mundo esté luchando contra una pandemia.

La pandemia mundial y otros riesgos sanitarios

Pasará algún tiempo antes de que la pandemia quede realmente atrás. La OMS ha advertido que podría continuar hasta bien entrado el año **2022**, simplemente porque las tasas de vacunación siguen siendo bajas en gran parte del mundo. A nivel mundial, el número de casos de COVID-19 ha disminuido, pero las infecciones siguen aumentando sobre todo en Europa, a medida que la variante AY 4.2 va haciendo mella. El etiquetado de la OMS de la variante Omicron como una de preocupación está alimentando los temores de que haya surgido una nueva variante, capaz de evadir la inmunidad acumulada por la infección o la vacunación anteriores.

La reacción del gobierno ha sido rápida e igualmente perturbadora para los viajeros. De cara al futuro, incluso los brotes localizados de COVID-19 podrían resultar casi tan perturbadores para los viajes como una pandemia.

Cambio climático y fenómenos meteorológicos extremos

La Organización Meteorológica Mundial (OMM) afirma que los fenómenos meteorológicos extremos son la nueva norma. Durante **2021**, hemos visto una ola de calor récord en **Canadá**, graves inundaciones en Europa y un segundo año consecutivo de sequía en la **Sudamérica** subtropical. Aparte de los trastornos directos de los viajes causados por las condiciones meteorológicas extremas, las señales de alarma que hacen sonar estos acontecimientos han exigido una llamada a la acción, cuyas implicaciones probablemente resuenen en **todos los viajes**.

Cambio de orden en el mundo

A nivel nacional, es posible que se reanuden las protestas contra el sistema a medida que disminuyan las restricciones de cierre, lo que aumentará los riesgos y los trastornos a los que se enfrentan los viajeros. La antivacunación y el cambio climático demuestran que siguen existiendo suficientes temas de importancia como para que la gente sienta la necesidad de protestar.

A nivel internacional, a medida que Estados Unidos reduce su participación en el escenario geopolítico mundial, otras grandes potencias pueden verse animadas a intentar llenar el vacío que esto crea. En **Europa**, el Brexit ya se ha producido, pero sus consecuencias continúan desarrollándose, y los acontecimientos en Hungría y Polonia sugieren que está creciendo cierta discordia entre los miembros de la Unión Europea. Estos acontecimientos pueden dar lugar a una **reducción de las libertades** para viajar y comerciar.

Al volver a viajar, es importante reconocer los otros riesgos durante un viaje: no han desaparecido; sólo se han retirado de la conciencia.



Terrorismo

Los actos de terrorismo no desaparecieron simplemente durante la pandemia. Los atentados y conflictos terroristas continuaron en varios países en desarrollo, como Afganistán, Etiopía, Malí y Nigeria; simplemente no fueron tan noticiables como el COVID-19.

A medida que disminuyan las restricciones y los controles asociados a la pandemia, los riesgos asociados al terrorismo pueden aumentar en otras partes del mundo. Y como han demostrado los recientes sucesos en **Tokio**, la ciudad noruega de **Kongsberg** y **Southend-on-Sea** en el Reino Unido, los incidentes relacionados con ataques de lobos solitarios de iniciativa propia siguen siendo un riesgo imprevisible dondequiera que se viaje. Al volver a viajar con regularidad, los viajeros de negocios tendrán que extremar la vigilancia y dedicar tiempo a familiarizarse con los riesgos cotidianos a los que se enfrentaban antes de la pandemia.

Ciberseguridad

A medida que el mundo se va digitalizando, aumenta el riesgo de ciberdelincuencia y ciberataques. El cambio hacia un trabajo más remoto ha aumentado la vulnerabilidad de las empresas, mientras que la propia pandemia está siendo utilizada como vector para cometer nuevos ciberataques.

El tema de la ciberseguridad merece una mayor consideración, y en este informe profundizamos en él como una tendencia en sí misma [más adelante](#).

Riesgos económicos

Si bien las restricciones y los cierres desconectaron el consumo durante largos periodos de tiempo, las políticas gubernamentales, incluidos los permisos de trabajo y el apoyo financiero directo a las empresas, contribuyeron a preservar en gran medida el **lado de la oferta** de la economía. La economía está preparada para recuperarse, en gran medida intacta. Y como los consumidores han acumulado ahorros durante los dos últimos años, su gasto está listo para liderar la recuperación. Pero esto no quiere decir que no haya riesgos a corto plazo.

Los problemas de la cadena de suministro creados por la pandemia se ven amplificados por la velocidad a la que se recupera la demanda. **Dos tercios** de los encuestados en la Encuesta de Riesgos Globales de Oxford Economics de noviembre esperan que la interrupción del suministro persista en la **segunda mitad de 2022**. La escasez que esto está creando está aumentando las presiones inflacionistas, lo que a su vez podría quitarle algo de impulso al repunte.

Los efectos ya se dejan sentir en los viajes, ya que la escasez de coches nuevos está contribuyendo a elevar las tarifas de alquiler de vehículos en algunos mercados, y es probable que el aumento de los precios del petróleo, combinado con un fuerte repunte de la demanda de viajes, podría hacer subir las tarifas aéreas en algunas rutas.



Después de casi dos años de pocos o ningún viaje, con la pandemia dominando todos nuestros movimientos, es fácil olvidar los otros riesgos a los que los gestores de viajes y sus viajeros pueden estar expuestos. Es hora de volver a ocuparse de los problemas más amplios que pueden afectar a los programas de viajes y a los viajeros.



MIKE EGGLETON

Director, Investigación e Inteligencia



FUNDAMENTOS DE CIBERSEGURIDAD

Un reto para todos

La evolución de la tecnología sigue generando nuevos retos relacionados con la ciberseguridad. Mediante el uso de aplicaciones, el intercambio de datos, las compras en línea, los servicios y las comunicaciones, el mundo digital conecta todo y a todos.³ Garantizar la seguridad de este ciber mundo es esencial para proteger a las personas, las organizaciones y las infraestructuras. De hecho, es vital para casi todo lo que valoramos y en lo que confiamos. Las amenazas cibernéticas siguen creciendo, al igual que su impacto potencial. Por lo tanto, es importante que todos permanezcan atentos, y eso incluye a los gestores de viajes y a sus viajeros.

Un peligro claro y presente

El Foro Económico Mundial (FEM) considera que las amenazas a la ciberseguridad son un peligro claro y presente. Considera que los ciberataques son muy probables y, lo que es más importante, con el potencial de tener un **impacto global significativo**.⁴ Cree que los ciberataques y los ciberdelitos pueden provocar trastornos económicos, pérdidas financieras, tensiones geopolíticas e inestabilidad social..

³ [World Economic Forum](#), Cybersecurity

⁴ [World Economic Forum](#), Global Risks Report 2021

⁵ [World Economic Forum](#), Cybersecurity, Cybercrime

Las consecuencias pueden ser enormes y están creciendo

Según Cybersecurity Ventures, se espera que el coste global de la ciberdelincuencia crezca un **15%** anual, alcanzando los **10,5 billones de dólares** en 2025.⁵ Tanto la probabilidad como el impacto potencial de los ciberataques en el mundo conectado en el que vivimos y del que dependemos hoy en día no tienen precedentes. Los ciberdelincuentes suelen burlar los ordenadores y los dispositivos móviles, interrumpiendo cualquier actividad digital, con consecuencias financieras y personales.

La pandemia ha provocado un fuerte aumento del número de trabajadores a distancia, lo que podría suponer un cambio permanente en las pautas de trabajo de muchos empleados. Pero también ha aumentado exponencialmente las oportunidades para los ciberdelincuentes. Los empleados acceden cada vez más a los sistemas de la empresa usando dispositivos que pueden ser más vulnerables a los ataques. Y a medida que los empleados regresan a la oficina, pueden traer consigo malos hábitos de ciberseguridad adquiridos al trabajar desde casa. A medida que el mundo de los negocios se reabre, las empresas encontrarán aún más difícil garantizar que la fuerza de trabajo cumpla con las mejores prácticas de ciberseguridad, ya que las reorganizaciones, rotación de personal y nuevas contrataciones requieren que se refuercen los mensajes clave de ciberseguridad casi de forma continua.

El Foro Económico Mundial considera que los ciberataques son muy probables y, lo que es más importante, con el potencial de tener un **impacto global significativo.**



Los viajes están expuestos

En los últimos años, los ciberdelincuentes y los piratas informáticos han atacado a varias de las principales marcas de viajes. Han afectado todos los aspectos de los viajes: aerolíneas, compañías hoteleras, empresas de TI, agencias de viajes, aeropuertos y proveedores de combustible. Estos ataques que acaparan titulares, distraen la atención del gran número de asaltos a menor escala. La naturaleza transaccional del sector de los viajes y los sistemas heredados de los que muchas empresas siguen dependiendo en gran medida, lo convierten en un objetivo atractivo. A medida que el sector se recupera, es probable que los hackers vuelvan a verlo como un **objetivo lucrativo**.

Las motivaciones del cibercrimen varían. El beneficio económico no es la única motivación. A veces cometen un ataque simplemente para demostrar que pueden hacerlo. En circunstancias más siniestras, los ataques patrocinados por un estado contra empresas e infraestructuras pueden formar parte de una estrategia geopolítica mayor.

Una serie de ataques a una importante cadena hotelera mundial comprometió más de **500.000** cuentas de tarjetas de pago, lo que supuso más de **10 millones de dólares** en pagos fraudulentos. En un ataque más reciente a otra cadena hotelera, se accedió a casi **500 millones** de registros de clientes, incluidos números de tarjetas de crédito y pasaportes. Sin embargo, los clientes no parecen haberse visto afectados, lo que sugiere que el ataque puede haber sido patrocinado por un estado con el único fin de acceder a un enorme lago de información

Los gestores de viajes pueden proteger a su empresa y a los viajeros

Muchos gestores de viajes ya reconocen la importancia de la ciberseguridad y la sitúan, junto con la privacidad de los datos y la seguridad en general, en el primer plano de su relación con la TMC. Abordan el tema en la fase de solicitud de información (RFI) del proceso de licitación; ya no lo tratan simplemente como una marca de verificación que se tratará en el proceso de implementación.

Pero también necesitan proteger a su empresa y a sus viajeros de las ciberamenazas activas a las que se enfrentan a diario. El primer paso es reconocer que la ciberseguridad es un **riesgo diario** para los viajes y asumir la responsabilidad de afrontarlo. La **prevención**, o al menos la minimización del impacto, será más rentable que la simple respuesta a los incidentes cibernéticos cuando el daño ya está hecho.

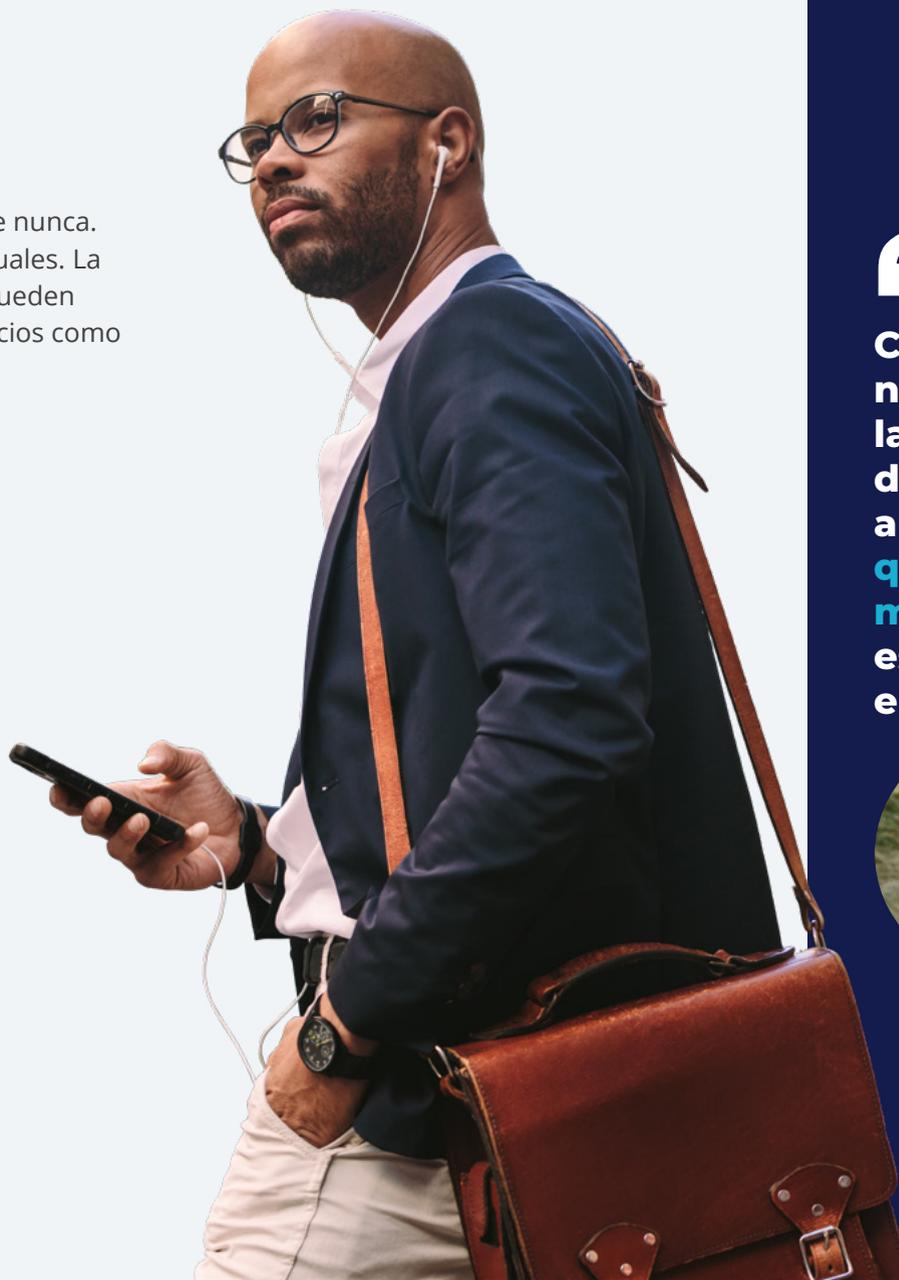
Dado que el empleado suele ser el punto más débil de las defensas de una empresa, los gestores de viajes pueden ayudar asegurándose de que los viajeros reciban la formación adecuada, conozcan las tácticas de los hackers y estén sujetos a estrictas políticas de uso. Por ejemplo, asegurándose de que todos los dispositivos personales utilizados para el trabajo a distancia sean examinados cuidadosamente en busca de malware antes de que se les permita conectarse a cualquier red corporativa.



Los viajeros también tienen un papel que desempeñar

Los viajeros pueden esperar ser el foco de la ciberseguridad más que nunca. Hay muchas medidas preventivas que deberían convertirse en habituales. La lista es larga y va en aumento, pero hay seis acciones sencillas que pueden llevar a cabo para evitar el ciberfraude tanto cuando viajan por negocios como en su vida cotidiana:

- ✓ Proteja las credenciales de inicio de sesión y tenga cuidado con cualquiera que intente robarlas.
- ✓ Nunca inicie sesión en cuentas corporativas a través de puntos de acceso Wi-Fi públicos y gratuitos.
- ✓ No use papel: Guarde los itinerarios y los documentos de viaje en un dispositivo móvil protegido por contraseña.
- ✓ No divulgues las fechas y lugares del viaje en las redes sociales.
- ✓ Esté atento a los correos electrónicos de "phishing" que parecen proceder de aerolíneas, programas de fidelización y bancos. No divulgue nunca información personal; no haga clic en ningún enlace; elimínelo inmediatamente.
- ✓ Cambie las contraseñas con frecuencia y utilice combinaciones alfanuméricas.



Con el regreso de los viajes de negocios, ya estamos viendo que las actividades de los defraudadores vuelven a aumentar. **Recomiendo altamente que se actualice la formación en materia de seguridad, especialmente para los empleados que vuelven a trabajar.**



FRANK SCHUCHARD

Director Senior, Seguridad de la Información



REINICIO DE LA GLOBALIZACIÓN

Reinicio en marcha

La globalización ha aportado increíbles beneficios en los últimos 20-30 años, que se han materializado en mejoras de la eficiencia, la estandarización y el ahorro de costes. Los mercados emergentes han cosechado importantes beneficios socioeconómicos gracias al traslado de la producción a de la producción a sus países, pero esto se ha producido a costa de un estancamiento del crecimiento de la riqueza de los hogares en las economías avanzadas

Pero ahora las cosas están cambiando. El aumento del populismo político, el cambio de los valores de los consumidores, incluida la preocupación por su huella de carbono, y el aumento de los costes y problemas de la cadena de suministro asociados a la pandemia están obligando a un replanteamiento. Para hacer frente a estas nuevas preocupaciones y hacer que sus negocios sean más resistentes, las empresas están pasando de un enfoque consolidado a otro más diversificado en lo que respecta al suministro, la producción y el consumo. Al mismo tiempo, también están buscando de acercar la producción al punto de consumo.

Implicaciones del reseteo

Según Euromonitor International (septiembre de 2021), el reseteo de la globalización puede suponer los siguientes cambios:

- Comercio mundial: a medida que el proteccionismo reduzca la competencia, hará **subir los precios**. Los desplazamientos de la producción hacia los mercados consumidores pueden impulsar los salarios, **aumentando el consumo** en las economías avanzadas
- Flujos financieros: la **reducción de la inversión** afectará al crecimiento del empleo y de los ingresos en los países dependientes de las exportaciones, que probablemente sean los mercados emergentes
- Viajes y migraciones: el desplazamiento de la producción hacia el consumo agravará la **escasez de mano de obra** en las economías avanzadas.
- Conectividad digital: a medida que aumente, permitirá que más personas **participen** en el comercio mundial.

Todo ello parece indicar que los beneficios económicos se están desplazando de los mercados emergentes a las economías avanzadas. A medida que las empresas reajusten la ubicación de sus operaciones, es probable que esto dé lugar a un **cambio en las pautas de los viajes de negocios**.



Es un buen momento para descender a 30.000 pies y considerar cómo las fuerzas más grandes en juego en el mundo podrían cambiar su estrategia.



MIRIAM MOSCOVICI

Director Senior,
Investigación e innovación



Habrá ganadores y perdedores

Una inversión de la globalización en cualquier grado creará ganadores y perdedores entre las economías del mundo, cuyas ramificaciones se filtrarán a través de las industrias y actividades, incluyendo los viajes. Los ganadores serán probablemente las economías con **grandes mercados internos**, como China y EE.UU. Tienen el tamaño demográfico, geográfico y económico para gestionar el ciclo completo desde la producción hasta el consumo dentro de sus propias fronteras. La autosuficiencia es más probable. Las **industrias de alto valor añadido**, en las que la producción es limitada y el consumo es generalizado, también pueden tener éxito. Las **marcas locales** también pueden prosperar, ya que se anima a los consumidores a comprar productos locales.

Pero también habrá **perdedores**: las economías pequeñas y abiertas; las industrias que dependen en gran medida del comercio (y de los viajes); las empresas multinacionales y las marcas globales.

Puede que los **patrones de viaje** cambien en respuesta a las cambiantes fortunas de los diferentes países, industrias y empresas. Y es posible que los gestores de viajes tengan que ofrecer un apoyo adicional a sus viajeros para ayudarles a desenvolverse en un entorno de viajes más regulado y complejo. El cambio hacia las marcas locales también puede requerir que los gestores de viajes trabajen con **más proveedores**, ya que los proveedores globales se vuelven menos atractivos cuando las soluciones globales pierden parte de su atractivo.

Cruzar las fronteras internacionales es cada vez más difícil

Los cambios en la globalización no sólo tienen consecuencias económicas. También hay una dimensión sociopolítica que puede tener un mayor impacto en los viajes. Los acontecimientos geopolíticos, como la salida del Reino Unido de la Unión Europea (UE), han reducido algunas **libertades en los viajes** internacionales. Y la historia europea no termina ahí, ya que los problemas entre la UE y Hungría y Polonia han puesto de manifiesto algunas tensiones entre los restantes miembros del bloque.

La pandemia de COVID-19 puede desempeñar un papel aún mayor en el retroceso de las libertades de los viajeros. Durante 2020, los países cerraron sus fronteras, a menudo discriminando a viajeros de determinadas nacionalidades. Incluso dentro de agrupaciones como la UE, los gobiernos rompieron filas, tomando decisiones unilaterales sobre quién podía entrar en su país, desde dónde y en qué circunstancias. Tratados internacionales como el Acuerdo de Schengen pasaron a un segundo plano cuando los gobiernos trataron de proteger a sus poblaciones. La primacía de la autopreservación nacional ha continuado en 2021, y es posible que continúe en 2022 y posiblemente más allá. Algunas restricciones de COVID-19 **pueden persistir** de alguna forma, incluso después de que la pandemia haya terminado. ¿En qué momento los gobiernos retirarán las aplicaciones de seguimiento y localización?



Estar completamente vacunado podría convertirse en una **condición para viajar después de la pandemia** o en un requisito en el destino, incluso para los visitantes del extranjero.

En el futuro, es poco probable que cruzar las fronteras internacionales sea tan sencillo como antes. Los viajeros se encontrarán con que los viajes internacionales son más complejos y necesitarán un apoyo adicional de los gestores de viajes para navegar por esta nueva **complejidad**, que podría estar con nosotros durante décadas. No hay más que ver algunas de las medidas de seguridad introducidas después del 11 de septiembre que todavía están entre nosotros.

¿Se convierte la vacunación en el nuevo pasaporte?

Estar completamente vacunado se ha convertido en un pasaporte para cruzar las fronteras internacionales con restricciones reducidas o sin ellas. Las vacunas se han impuesto para determinadas ocupaciones, visitas a oficinas e incluso para asistir a ciertos lugares y eventos en algunos países.

Austria está haciendo que la vacuna COVID-19 sea un requisito legal a partir de febrero de 2022. ¿Qué significará esto para la libertad de circulación internacional? Estar completamente vacunado podría convertirse en una **condición para viajar después de la pandemia** o en un requisito en el destino, incluso para los visitantes del extranjero. Irónicamente, esto podría suponer una **ventaja para la globalización**, ya que reforzaría algunas libertades de viaje. Las tarjetas sanitarias digitales, que muchos viajeros utilizan hoy en día para confirmar sus credenciales sanitarias, y en particular su estado de vacunación, podrían perdurar más allá de la pandemia. Como también sirven para confirmar la identidad del usuario ante las autoridades, podrían ser adecuadas para su despliegue como plataforma de identidad digital global, reduciendo gran parte de la complejidad a la hora de cruzar fronteras internacionales en el futuro. Una reflexión final. .



A medida que el reajuste se desarrolla, los gestores de viajes pueden tener lo mejor de ambos mundos seleccionando proveedores de viajes con redes globales apoyados por operaciones locales que proporcionan el soporte y la experiencia adaptados a las necesidades específicas de los empleados en cada mercado.



DAVID COPPENS
Vicepresidente Ejecutivo

FINTECH EN EL PUNTO DE MIRA

Un enorme valor potencial

A juzgar por el número de veces que se mencionó la tecnología financiera (a veces denominada tecnología de pago) en una reciente conferencia sobre innovación en el sector de viajes, el sector de los viajes de negocios parece estar despertando por fin a las ventajas de adoptar ciertos aspectos de la tecnología financiera. Las recompensas para los viajes en su conjunto podrían ser enormes: una estimación sugiere que la adopción de fintech por todos los canales podría aumentar el gasto total de los consumidores en viajes en casi **80.000 millones de dólares** al año.⁶ Donde más resuena para los viajes de negocios es su potencial para ahorrar tiempo y dinero.

En busca de una solución

Nuestra propia investigación entre gestores de viajes reveló que los pagos y los gastos son algunos de los puntos más problemáticos a la hora de gestionar el proceso integral de los viajes de negocios, tanto para los empleados como para los no empleados.⁷ Más de la mitad indicaron que tienen problemas con las facturas que faltan o con los errores en las facturas, con los recibos, con las conciliaciones de las tarjetas de crédito y con la gestión de la calidad de los datos de los gastos. Y todo ello al tener que trabajar con un proceso manual.

⁶ [The Fintech Times](#), June 2, 2021

⁷ BCD Travel, survey of 106 travel buyers, Oct.12-26, 2021

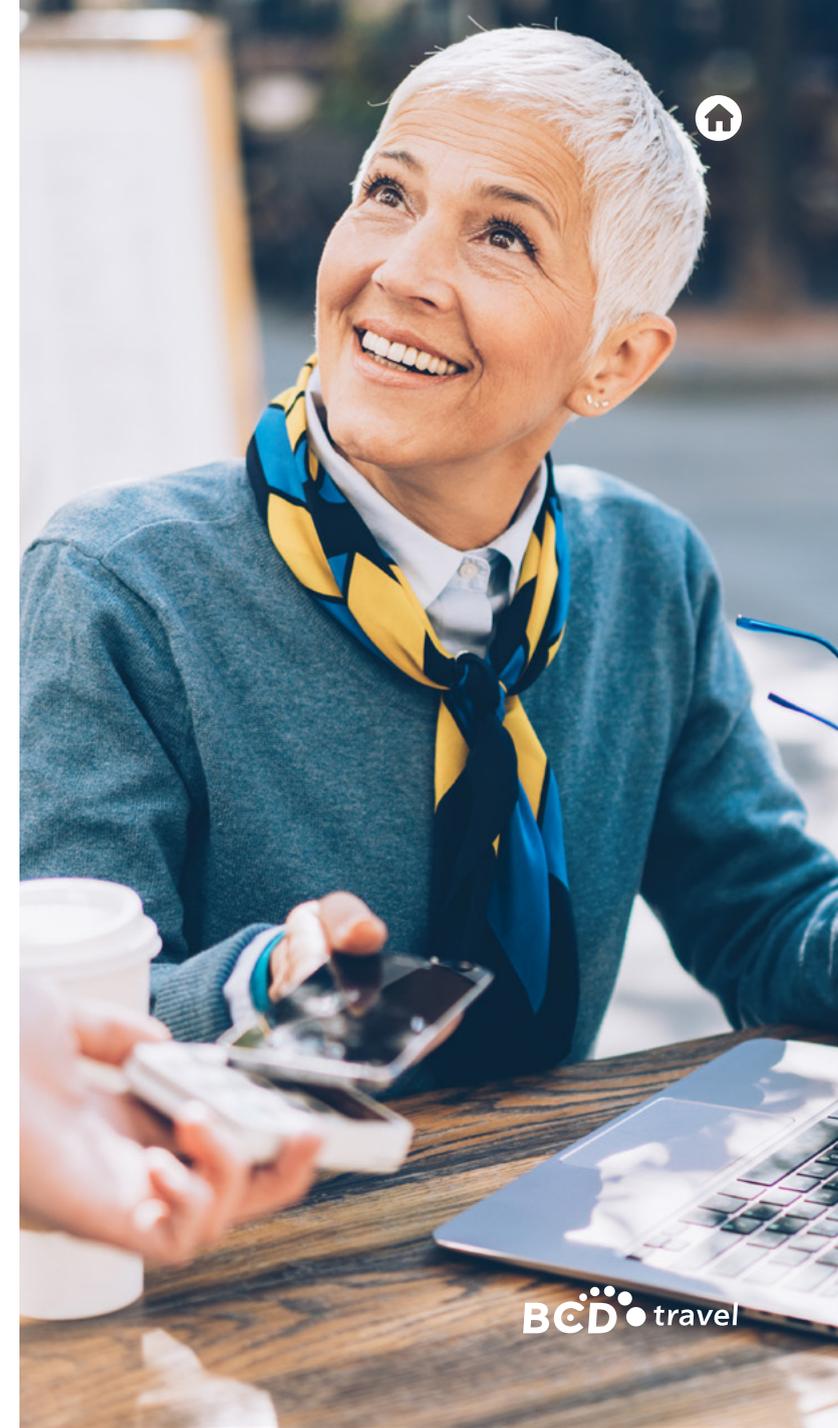
⁸ [BCD Travel](#), Sept. 16, 2021

Más de una cuarta parte de las empresas se enfrenta a problemas para gestionar sus pagos por reuniones, eventos y los viajes de los no empleados. Los cambios en el lugar de trabajo derivados de la pandemia, como la rápida expansión del trabajo híbrido, han aumentado la complejidad que rodea a la gestión de pagos y gastos, especialmente para los viajeros poco frecuentes.

Al ofrecer una solución a estos problemas de pagos y gastos, la **simplicidad** será el requisito clave para la mayoría de los viajeros. Buscan un proceso fluido que ahorre tiempo, elimine la necesidad de recibos en papel y simplifique la aprobación. Esto comienza con el **pago digital**.

Transformación de la gestión de viajes y gastos

Las empresas dedicadas a los viajes corporativos, incluidas las empresas de gestión de viajes y las empresas especializadas en tecnología financiera, están utilizando la tecnología financiera para ofrecer soluciones que simplifican, digitalizan y automatizan el pago, la conciliación y la gestión de facturas de los viajes corporativos.⁸ Los viajeros y los gestores de viajes pueden disfrutar mutuamente de las ventajas de una experiencia de pago digital sin fricciones, que comienza con la reserva y el pago del viaje y termina con la conciliación





Estas nuevas soluciones pueden gestionar sin problemas los pagos, las facturas y los recibos durante un viaje, y luego automatizar la revisión, la conciliación y la auditoría.

Los viajeros ya no tendrán que hacer pagos o reclamaciones de gastos durante o después de un viaje de negocios. Y los gestores de viajes tendrán más control sobre el pago de los viajes corporativos, las reuniones y los eventos. La capacidad de introducir motores de reglas facilitará la aplicación de la política de pagos y los límites de gasto en los distintos segmentos de viajeros: un enfoque de los pagos y los gastos centrado en el viajero, para que **todos salgan ganando**.

Además de la experiencia simplificada y personalizada que se ofrece a los viajeros, las soluciones fintech proporcionarán a los gestores de viajes acceso a los datos de alta calidad y en tiempo real que necesitan para tomar **decisiones más eficaces**. Un proceso manual que antes era una necesidad operativa puede convertirse ahora en una fuente de valor automatizada para aquellas empresas que inviertan en soluciones basadas en la tecnología financiera. En una prueba piloto de su solución BCD Pay, BCD Travel observó una mejora del **75%** en el tiempo total necesario para introducir datos, conciliarlos, elaborar informes e integrarlos en un sistema fragmentado de funciones de back office, sistemas ERP y sistemas de emisión de tarjetas de crédito.

COMPARTA SU OPINIÓN

¿Tiene preguntas o comentarios sobre este informe? Por favor envíe un correo electrónico a [Mike Eggleton](#) o [Natalia Tretyakevich](#) para compartir sus opiniones.



MIKE EGGLETON
Director
Investigación e inteligencia



NATALIA TRETYAKEVICH
Manager Senior
Investigación e inteligencia



La adopción de soluciones basadas en la tecnología financiera puede ayudar a eliminar la fricción y los puntos de dolor experimentados por los viajeros, los gestores de viajes y los equipos financieros relacionados con el pago de sus viajes y gastos, las facturas, el reembolso y la conciliación.



AJAY SINGH
Vicepresidente,
Productos de Pago y
Gastos Digitales

ACERCA DE BCD TRAVEL

BCD Travel ayuda a las empresas a sacar el máximo provecho de lo que gastan en viajes. Proporcionamos a los viajeros herramientas innovadoras que les mantienen seguros y productivos, y les ayudan a tomar buenas decisiones en los viajes. Nos asociamos con los responsables de viajes y adquisiciones para simplificar las complejidades de los viajes de negocios, impulsar el ahorro y la satisfacción, y hacer avanzar a empresas enteras hacia sus objetivos. En resumen, ayudamos a nuestros clientes a viajar de forma inteligente y a conseguir más. Lo hacemos posible en 109 países con una tasa de retención de clientes global del 98%, la más alta del sector. Para más información, visite www.bcdtravel.com.

ACERCA DE BCD GROUP

BCD Group es un líder del mercado en el sector de los viajes. Esta empresa privada fue fundada en 1975 por John Fentener van Vlissingen y está formada por BCD Travel (gestión global de viajes corporativos y su filial BCD Meetings & Events, agencia global de reuniones y eventos), Park 'N Fly (aparcamiento fuera del aeropuerto) y Airtrade (consolidación y cumplimiento). Para más información, visite www.bcdgroup.com.

