

Respondiendo al desafío:

Los líderes comerciales son optimistas para 2021



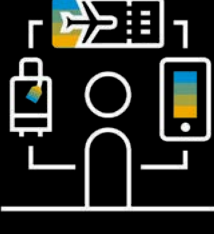
En medio de la pandemia de COVID-19, hemos visto notables muestras de **resiliencia**, **flexibilidad**, y **perseverancia**. Ahora nos preguntamos, ¿qué lecciones comerciales podemos tomar de 2020 para el futuro? Para averiguarlo, preguntamos a los líderes comerciales cómo han evolucionado sus organizaciones y sobre el papel de la tecnología en sus esfuerzos de recuperación y crecimiento. Aquí tiene una muestra de los resultados.

Un golpe al sistema

Al entrar en la pandemia, pocas organizaciones estaban preparadas para los cambios que trajo consigo:



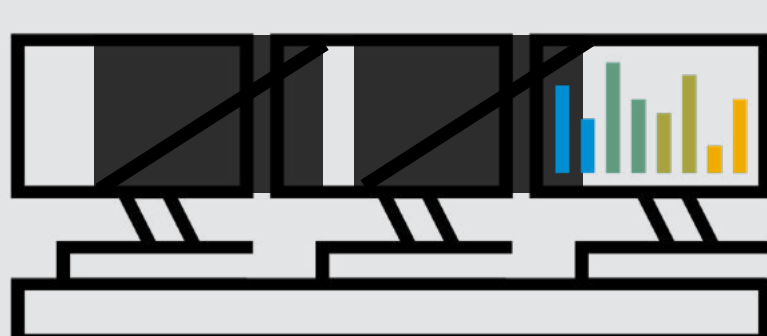
Trabajo a distancia



Una pausa temporal en los viajes de negocios



Una mayor necesidad de mantener a los empleados seguros



Dos terceras partes

afirman que su infraestructura tecnológica no estaba preparada para manejar el impacto de la pandemia.

Superando las expectativas

Sin embargo, si miramos hacia atrás, parece que la mayoría de las compañías se enfrentaron al desafío. En comparación con las épocas anteriores al COVID-19, los líderes sintieron que sus organizaciones tenían un rendimiento más sólido en:

Uso de tecnología emergente (**71%**)

Velocidad de toma de decisiones (**68%**)

Uso de datos y analítica (**70%**)

Agilidad operativa (**68%**)



86%

coinciden en que la pandemia ha obligado a sus organizaciones a estar más **abiertas a la experimentación y a cambios rápidos en la estrategia**.

Inversión continua para la resiliencia y el crecimiento

El entorno comercial seguirá adaptándose y cambiando; los líderes ven la tecnología como la clave para navegar y crecer en tiempos cambiantes.

89%



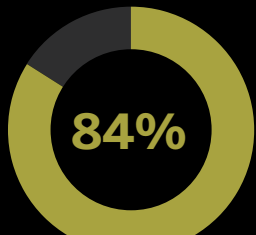
coinciden en que la implementación de tecnologías avanzadas será clave para la resiliencia comercial en los próximos 12 meses.



Siete de cada 10 afirman que su compañía confiará más en **inteligencia artificial/aprendizaje de máquina** que antes del brote pandémico.

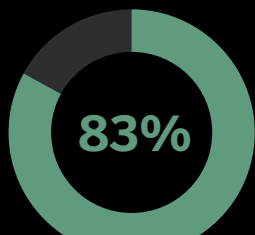
¿A qué objetivos ayudará la tecnología? Durante los próximos 12 meses, los líderes comerciales se centrarán en lo siguiente:

Objetivos orientados al crecimiento:



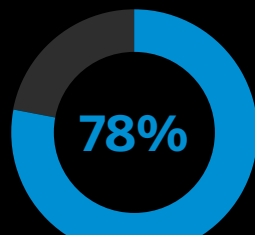
- Aumento de las ventas

Objetivos de continuidad:



- Gestión de riesgos y cumplimiento
- Garantizar la seguridad y el bienestar de los empleados

Objetivos de transformación digital:



- Adopción de nuevas tecnologías
- Apoyo al trabajo a distancia

Cómo encaja la gestión de viajes, gastos y facturas (TE&I)

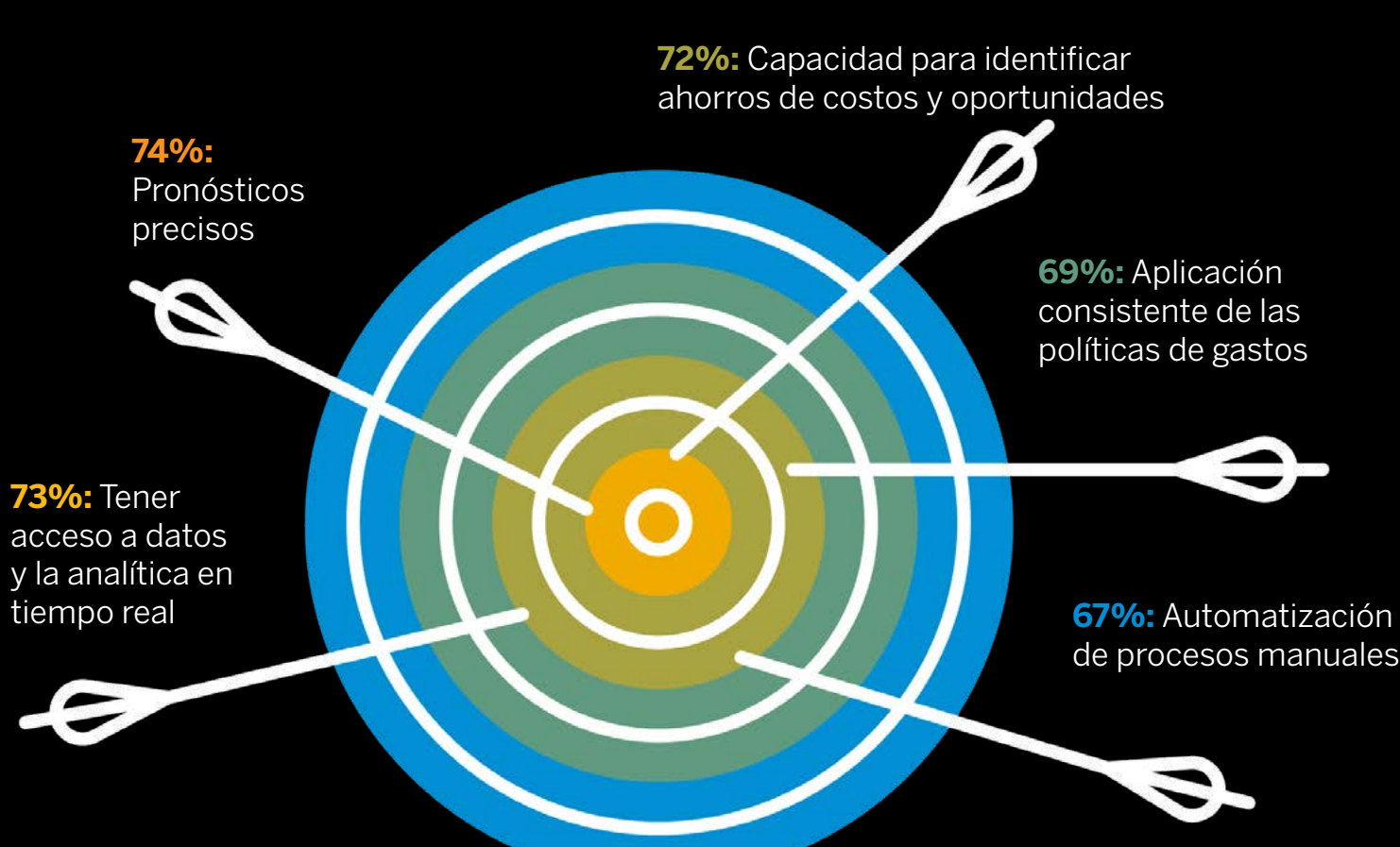


El 88% está de acuerdo en que encontrar nuevas formas de gestionar TE&I es fundamental para las ganancias y el crecimiento.



El 88% está de acuerdo en que es necesario controlar el gasto de la compañía para resistir ante la incertidumbre.

Muchos líderes coinciden en que estas capacidades de solución de TE&I ayudarán a alcanzar sus objetivos estratégicos:



Ya sea que sea nuevo en la transformación digital de viajes, gastos y facturas, o ya tenga experiencia, realice mejoras progresivas en la forma en que su compañía gestiona los gastos y estos pueden ayudar a su empresa a prepararse para el crecimiento en medio de cualquier circunstancia.

LEA EL REPORTE COMPLETO

Todos los puntos de datos se derivan del reporte Ready, reset, growth de (E) Brand Connect, un grupo comercial de The Economist Group, y patrocinado por SAP Concur. La encuesta se entregó a 550 altos ejecutivos de finanzas, TI/tecnología, gestión/estrategia y operaciones/riesgos en organizaciones de 11 países y con al menos 1,000 empleados.