

Documento técnico anexo de SAP Concur para viajeros de negocios mexicanos

Los datos específicos del mercado en este anexo forman parte de una encuesta de SAP Concur a 3,850 viajeros de negocios. La encuesta incluye a viajeros de 25 mercados globales: Estados Unidos, Canadá, Brasil, México, LAC (Colombia, Chile, Perú y Argentina), Reino Unido, Francia, Alemania, región ANZ (Australia y Nueva Zelanda), región SEA (Singapur y Malasia), China, Hong Kong, Taiwán, Japón, India, Corea, Italia, España, Dubái, Benelux (Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo), Sudáfrica, Suecia, Dinamarca, Noruega y Finlandia.

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

Para obtener más información, visite:
www.wakefieldresearch.com.

Los viajeros de negocios mexicanos mencionan la tensión entre los presupuestos ajustados y las necesidades de los empleados.

A pesar de que la logística de los viajes de negocios se vuelve más sujeta a la volatilidad económica, casi todos los viajeros mexicanos (97%) afirman que el futuro de su vida profesional depende del éxito de los viajes de negocios en el próximo año. **Nueve de cada 10 (90%) están muy dispuestos a viajar por negocios en los próximos 12 meses (en comparación con el 67% a nivel mundial y el más alto de todos los mercados encuestados), un aumento del 73% del año pasado.**

Para más de 2 de cada 5, los viajes de negocios son fundamentales para mantener relaciones sólidas con los clientes existentes (43%) y establecer relaciones con nuevos clientes (43%). A pesar de considerar que los viajes son parte integral de sus carreras profesionales, más de 3 de cada 5 viajeros de negocios mexicanos (63%) creen que no siempre han tenido las mismas oportunidades de viajar por negocios en comparación con sus compañeros de trabajo.

Para el 84% de los viajeros de negocios mexicanos, lo impredecible de la economía está afectando los viajes de negocios de su compañía; pues poner énfasis en las tarifas aéreas más bajas incluso si esto significa escalas, rutas indirectas o aeropuertos alternativos (37%) es el impacto más común. Para casi un tercio (32%), la economía ha llevado a su compañía a exigir a los viajeros que se queden en alojamientos de menor calidad y/o en lugares menos seguros.

Para los viajeros de negocios mexicanos, los viajes de negocios que son seguros y sustentables son imprescindibles.

La gran mayoría de los viajeros de negocios mexicanos (95%) están dispuestos a rechazar un viaje asignado por motivos como los problemas de salud y seguridad, así como los aspectos sociales, ambientales o de equilibrio entre la vida laboral y personal. Más de 2 de cada 5 (43%) rechazarían un viaje de negocios si tuvieran preocupaciones de aspecto social o de seguridad sobre viajar a determinadas partes del mundo, y casi la misma cantidad (38%) lo rechazarían si estuvieran agotados por los viajes y solo necesitaran un descanso.

Más de 2 de cada 5 viajeros de negocios mexicanos (42%) mencionan las preocupaciones de salud y seguridad entre las mayores amenazas para los viajes de negocios. **Casi 3 de cada 5 (57%) han cambiado sus alojamientos en un viaje de negocios en los últimos 12 meses específicamente porque se sintieron inseguros. Casi 4 de cada 5 viajeros de negocios mexicanos (78%) han experimentado situaciones negativas en un viaje de negocios, que incluyen el 31% que sintieron que estaban ante un peligro inminente.**

Además, la gran mayoría de los viajeros de negocios mexicanos que cuentan con una política de viajes corporativos (95%*) espera que su compañía les permita tomar decisiones de viajes que estén fuera de la política de la compañía por motivos como la seguridad y la sustentabilidad, lo que incluye el 35%* que espera tener la flexibilidad de reservar opciones de viajes más sustentables. Más de 9 de cada 10 viajeros de negocios mexicanos (91%) tomarán medidas adicionales durante los próximos 12 meses para reducir el impacto ambiental de sus viajes de negocios.

Los viajeros de negocios mexicanos desean tener opciones flexibles, a pesar de una menor supervisión corporativa.

A pesar de que las compañías intentan gestionar presupuestos ajustados, muchos de sus viajeros están reduciendo la visibilidad de la compañía al salirse de su ámbito para reservar sus viajes de negocios. **Más de 2 de cada 5 viajeros de negocios mexicanos (42%) reservan sus viajes directamente utilizando el sitio web o la aplicación de una aerolínea, hotel o compañía de renta de automóviles, mientras que menos viajeros utilizan la agencia o el departamento de viajes de su compañía (36%) o herramientas de reservación en línea como Concur Travel (30%).** Muchos cambian o cancelan vuelos utilizando también este enfoque directo: el 41% suele utilizar el sitio web o la aplicación de la aerolínea y el 21% llama a la aerolínea directamente.

* Tamaño de base pequeño; los hallazgos son direccionales.



INVESTIGACIÓN DE MERCADO | ENCUESTA DE REPRESENTACIÓN PROPORCIONAL | SERVICIOS DE APOYO A LA INVESTIGACIÓN

WAKEFIELDRESEARCH.COM



NOTAS SOBRE LA METODOLOGÍA

La Encuesta de SAP Concur de viajeros de negocios fue realizada por Wakefield Research (www.wakefieldresearch.com) entre el 7 y el 28 de abril de 2023, entre 3,850 viajeros de negocios en 25 mercados: Estados Unidos, Canadá, Brasil, México, LAC (Colombia, Chile, Perú y Argentina), Reino Unido, Francia, Alemania, región ANZ (Australia y Nueva Zelanda), región SEA (Singapur y Malasia), China, Hong Kong, Taiwán, Japón, India, Corea, Italia, España, Dubái, Benelux (Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo), Sudáfrica, Suecia, Dinamarca, Noruega y Finlandia. Los datos se han ponderado para garantizar una representación confiable de la población de viajeros de negocios en cada mercado.

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 entrevistas realizadas en este estudio en particular, las posibilidades de que el resultado de una encuesta no varíe son 95 en 100, más o menos, en más de 1.6 puntos porcentuales del resultado que se obtendría si se hubieran realizado entrevistas con todas las personas del universo representadas por la muestra. Los márgenes son ligeramente mayores para los subgrupos. El margen de error de los 100 encuestados de México en este estudio es de ± 9.8 con una confianza de 95%.