

## ACERCA DE LA DOCUMENTACIÓN TÉCNICA DE SAP CONCUR

Este anexo analiza los datos de México para comprender con mayor claridad la forma en que este mercado encuadra en el análisis más amplio de datos globales que se postula en el informe de documentación técnica de SAP Concur.

Como se indica en el resumen ejecutivo del informe del libro blanco, los datos específicos del mercado en este anexo forman parte de la encuesta de SAP Concur a 7,850 viajeros de negocios, definidos como aquellos que viajan por negocios más de 3 veces al año, de este y otros 18 mercados: estados unidos, Canadá, Reino Unido, Alemania, Francia, Bélgica, Holanda, Luxemburgo, Suecia, Dinamarca, Noruega, Finlandia, Australia, Japón, China/Hong Kong/Taiwán, Singapur/Malasia, la India y Brasil.

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 70 países. Nuestro trabajo se publica periódicamente en los medios de comunicación.

Para obtener más información, visite: [www.Wakefieldresearch.Com](http://www.Wakefieldresearch.Com).

# Anexo de la documentación técnica de SAP Concur para México

A nivel mundial, casi un tercio de los viajeros de negocios (31 %) clasifican la seguridad como la mayor preocupación cuando hacen viajes de negocios. Sin embargo, casi 2 de cada 5 viajeros de negocios mexicanos (39 %) le dan prioridad a la seguridad, lo que hace que México sea el segundo país con la más alta probabilidad de clasificar la seguridad como la preocupación más grande. Aproximadamente la misma cantidad de viajeros de negocios mexicanos (35 %) mencionan que sus compañías valoran la seguridad más que cualquier otra cosa.

### Los mexicanos se sienten estresados antes y después del viaje, pero no durante el viaje.

Los viajeros de negocios mexicanos sacan el máximo partido de su tiempo en la ubicación, pero informan que estuvieron más estresados antes (39 %) y después (38 %) del viaje. Solo el 23 % de los viajeros de negocios mexicanos dicen que el viaje en sí es la etapa más estresante (promedio mundial: 30%).

### Los mexicanos consideran que el entrenamiento en la seguridad es lo más valioso.

Aunque los viajeros de negocios mexicanos y las empresas le dan prioridad a la seguridad, estos empleados sienten que aún hay mucho trabajo por hacer. Casi 3 de cada 5 viajeros de negocios mexicanos (58 %) considerarían que el entrenamiento sobre cómo mantenerse seguros durante el viaje es el entrenamiento más valioso que su empresa les puede ofrecer, más que el promedio global del 52 %, esto hace que sea el segundo país con más probabilidad de decirlo.

### Los mexicanos también están interesados en la tecnología para garantizar la seguridad durante el viaje.

Casi 2 de cada 5 viajeros de negocios mexicanos (38 %) consideran que las alertas de seguridad para el viajero son la función más importante de las aplicaciones móviles, en comparación con menos de un tercio de los viajeros a nivel mundial (32 %). Los viajeros de negocios mexicanos están tan preocupados por la seguridad en el viaje que ellos (76 %), más que cualquier otro país (promedio global: 58 %), han compartido su ubicación mientras viajan, por razones de seguridad, para que los contactos de emergencia sepan en dónde se encuentran.

### Además de las herramientas de seguridad, los mexicanos desean tener herramientas de reservaciones y de reportes de gastos mejoradas.

Aparte de las preocupaciones de seguridad, los viajeros de negocios mexicanos toman en serio los reportes de gastos que sean rápidos y precisos. Entre aquellos que creen que su empresa se queda atrás en cuanto a la tecnología de viajes, 55 % de ellos mencionaron la necesidad de mejorar las herramientas de reservaciones y de reportes de gastos. El viajero de negocios mexicano en promedio experimentaron una espera larguísima de 9 días antes de recibir su reembolso (promedio global: 12 días) y perdieron 6,934 pesos (361 USD) en 2018 en fondos que no se reembolsaron (promedio global: 893 USD). Aunque las empresas mexicanas se desempeñaron mejor que el promedio mundial, con más de una semana y varios cientos de dólares perdidos, todavía hay una gran capacidad para la mejora.

### Las herramientas de reservaciones en línea ofrecen la información que buscan los viajeros de negocios mexicanos.

Teniendo en cuenta la seguridad, los viajeros de negocios mexicanos están encontrando la información que buscan por medio de herramientas de reservaciones en línea: el 68 % de los que prefieren usar herramientas de reservaciones en línea, explican que lo hacen porque obtienen mejor información: incluso información de seguridad. Es interesante señalar que el 61 % de ellos indican que las herramientas de reservaciones en línea (online booking tools, OBT) ofrecen más opciones, lo cual hace a los mexicanos el tercer mercado más probable en pensar así.

### Conclusión

La seguridad es el refrán de los viajeros de negocios mexicanos y sus empresas. Como se ha demostrado que una inversión en herramientas de reportes de gastos ha sido lo mejor, los empleadores mexicanos deberían considerar integrar esta tecnología con funciones de seguridad para atender mejor a los empleados.



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

WAKEFIELDRESEARCH.COM



## NOTAS DE LA METODOLOGÍA

Wakefield Research ([www.wakefieldresearch.com](http://www.wakefieldresearch.com)) realizó la encuesta de SAP Concur entre 7,850 viajeros de negocios, definidos como aquellos que viajan por negocios más de 3 veces al año en los siguientes mercados: Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Alemania, Francia, Bélgica, Holanda, Luxemburgo, Suecia, Dinamarca, Noruega, Finlandia, Australia, Japón, China/Hong Kong/Taiwán, Singapur/Malasia, India, México y Brasil. La filmación se realizó entre el 29 de julio y el 12 de agosto de 2019, utilizando una invitación por correo electrónico y una encuesta en línea.

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 son 95 de 100 de que el resultado de una encuesta no varíe, más o menos, en más de 1.1 puntos porcentuales en general, 4.4 puntos porcentuales en los EE. UU., Canadá, Reino Unido, Alemania, Francia, Bélgica, Holanda, Australia, Japón, China/Hong Kong/Taiwán, Singapur/Malasia, India, México y Brasil; 6.9 puntos porcentuales en Suecia, Dinamarca, Noruega, Finlandia y 13.9 puntos porcentuales en Luxemburgo, del resultado que se obtendría si se hubieran realizado entrevistas con todas las personas en el universo representadas por la muestra.