

# Viagens e despesas 2024

Quatro tendências e previsões de especialistas da indústria.

**SAP** Concur



# Para onde vamos?

Não há bola de cristal nos negócios. Mas há pessoas brilhantes – pessoas com experiência suficiente em lugares suficientes, que passaram por altos e baixos econômicos suficientes para saber o que esperar e como enfrentar o inesperado. Essas são pessoas no comando de tecnologias sofisticadas e inteligentes de viagens e despesas (T&E), e isso lhes dá a previsão mais clara possível sobre o que está por vir.

Nas próximas páginas, você ouvirá o que eles têm a dizer sobre abrir-se para a IA, cortar custos, usar dados para prever tendências e, finalmente, fazer progresso na solicitação eterna de suas partes interessadas: Fazer mais com menos.

Leia para ver o que eles estão prevendo, por que isso é importante e como você pode estar pronto.

## Previsão nº 1:

# A tecnologia (e um toque de flexibilidade orçamentária) aumentará a confiança.



“As organizações devem adotar uma abordagem realista ao planejamento para 2024, desenvolver alguma flexibilidade para corrigir o curso conforme necessário e se apoiar nos benefícios das tecnologias emergentes. Adotar a IA, automação e análise de dados ajudará as equipes financeiras a trazer mais estratégia para a mesa organizacional e encontrar um maior senso de confiança em meio à incerteza.”

– Tom Lavin, diretor de controle, marketing e soluções da SAP

Há essa palavra novamente, “incerteza”. E sim, a economia é incerta. (Houve algum momento em que alguma coisa era certa?) Mas, seja voando alto ou caindo feio – mais provavelmente em algum lugar no meio – há uma coisa com a qual você pode contar: As empresas que são capazes de avançar com confiança estão usando ferramentas inteligentes.

 90% dos líderes financeiros seniores concordam que sua principal tarefa é se **preparar para o inesperado**.<sup>1</sup>

 Quase 62% dos diretores financeiros **veem a IA como uma ferramenta essencial** para gerenciar o inesperado.<sup>1</sup>

 56% dos diretores financeiros veem a **crecente complexidade da previsão/orçamento** como um desafio para seus negócios.<sup>1</sup>

 55% dos diretores financeiros estão **investindo em ferramentas de análise de dados e relatórios** para enfrentar os desafios de previsão.<sup>1</sup>

No próximo ano, você continuará vendo a automação e a análise de IA ajudarem os líderes de negócios a se adaptarem à mudança, melhorarem a gestão de riscos e tornarem a previsão mais rápida e precisa. Por exemplo:

*“Em vez de analisar dados manualmente e fazer suposições informadas, alguém de finanças, viagens e operacionais pode simplesmente delegar esse trabalho a um computador. Usando a IA generativa, o computador poderia então fornecer recomendações baseadas em dados, levando em consideração padrões que um humano nunca poderia perceber, como o momento ideal para reservar uma viagem de negócios ou a data ideal para uma reunião de equipe para minimizar os custos de viagem, garantindo que a empresa esteja usando os recursos da melhor maneira possível.”*

– Tim Lebel, vice-presidente e chefe de produtos de gastos da SAP Concur

Você também começará a ver mais ferramentas de análise preditiva sendo usadas para analisar dados e derivar insights – insights que informam e melhoram as operações de negócios não apenas na gestão de gastos, mas em toda a empresa.

No entanto, há um problema de dados a considerar, ou seja, francamente, ter muito. Todos esses dados são precisos? São acessíveis? São esmagadores? A IA pode ajudá-lo a obter exatamente o que você precisa, mas o desafio ainda se resume à precisão. Caso em questão: Mesmo que você tenha atualizado sua infraestrutura de análise, ela só agrega valor se você estiver fornecendo informações robustas e precisas.

De acordo com Katie Evans, Diretora de Pesquisa, Pesquisa Mundial de Pequenas e Médias Empresas na [IDC](#), “Empresas de todos os portes podem usar IA generativa para ajudar a preencher lacunas de dados e realizar o trabalho mais rapidamente. Mas eles estão preocupados com a qualidade de seus dados, e deveriam estar, porque a IA generativa é um guzzler de dados.”

## A conclusão

Tecnologias que incluem inteligência artificial e melhoram a qualidade e a usabilidade de seus dados serão essenciais para se adaptar à mudança. As soluções de T&E que você escolher farão ou quebrarão sua capacidade de evoluir e competir com confiança. [Veja como. >](#)

## Previsão nº 2:

# Mais pagamentos serão virtuais.

“Em vez de usar um cartão de crédito da empresa, os colaboradores poderão utilizar pagamentos virtuais para todas as despesas comerciais, incluindo viagens. Por sua vez, começaremos a ver dois tipos de transações surgirem: confiáveis e exceções. A maioria das transações usará métodos de pagamento confiáveis, e a IA as validará rapidamente como compatíveis, permitindo reembolso quase imediato. As exceções acionarão auditorias automatizadas orientadas por IA para garantir a conformidade. Em ambos os casos, os pagamentos serão emitidos mais rapidamente e com mais facilidade.”

– Christopher Juneau, chefe de estratégia de mercado da SAP Concur

Cada compra é um risco. Pense nisso: Sempre que algo é pago do próprio bolso ou colocado em um cartão corporativo, ou quando uma fatura é enviada para o AP, há algum risco. Por quê? Porque quando o dinheiro já foi gasto, o financeiro já perdeu os dois aspectos mais importantes dos gastos: percepção e controle.

Por sua própria natureza, os cartões virtuais/pagamentos virtuais abordam esses problemas. Eles exigem pré-aprovação e incluem controles detalhados – para que alguém da sua equipe não possa comprar um novo laptop sem precisar de aprovação, e uma equipe de empreiteiros não possa gastar mais do que seus limites predefinidos, digamos, em quartos de hotel. Você tem controle sobre quando os pagamentos virtuais podem ser usados, onde podem ser usados e quanto pode ser gasto.





Então, por que, quando essa tecnologia tem praticamente décadas, os pagamentos virtuais são uma tendência agora? Por que 45% dos líderes financeiros citaram os cartões virtuais como uma das principais maneiras pelas quais as viagens e despesas dos colaboradores mudaram no ano passado?<sup>2</sup>

De acordo com Andrew Jamison, CEO e cofundador da plataforma de gestão de gastos, [Extend](#):

- Tempos econômicos apertados inspiram inovação, portanto, a tecnologia de controle de custos é adotada mais rapidamente.
- A pandemia acelerou a aceitação de pagamentos sem toque e outros pagamentos digitais no ponto de venda e para pagamentos baseados em faturas, de modo que as opções virtuais estão se tornando mais comuns.
- Carteiras digitais e outras tecnologias melhoraram a facilidade e a usabilidade de cartões e pagamentos virtuais.

Como Jamison explica, os líderes financeiros finalmente estão adotando essa ferramenta virtual útil e estão obtendo maior controle sobre os custos, mais visibilidade dos gastos e maior eficiência como resultado. Eles estão liberando sua equipe para se concentrar em exceções em vez de examinar cada cobrança e, como todo o trabalho de reconciliação é feito automaticamente, eles estão reduzindo horas não contadas da reconciliação de fim de mês.

### A conclusão:

Quando você quer facilitar para as pessoas comprarem o que precisam para o trabalho, e esse processo realmente lhe dá mais controle sobre o que estão gastando, os pagamentos virtuais são a escolha óbvia. Basta procurar uma solução que permita incorporar pagamentos e integração diretamente em seus sistemas, para que você possa otimizar todo o processo. [Veja como. >](#)

<sup>2</sup> Capacitar o futuro do trabalho com soluções inteligentes de viagens e despesas, um estudo encomendado conduzido pela Forrester Consulting em nome da SAP Concur, maio de 2023.

Previsão nº 3:

## Medidas de redução de custos criarão tensão nas viagens de negócios.



“À medida que as organizações derrubam seus planos e políticas de viagens de negócios para 2024, mais um ano de cautela orçamentária se tornará uma fonte de tensão crescente com os colaboradores. Embora os orçamentos possam aumentar, fazer mais com menos em resposta à inflação continuará sendo o mantra organizacional de 2024.”

– Amy Padgett, vice-presidente, Estratégia de marketing de viagens



Sessenta e quatro por cento dos líderes de T&E dizem que sua empresa está **sob pressão para gerenciar custos** e aproveitar mais seus recursos.<sup>3</sup>



E não é surpresa que o corte de custos cause tensão, mas quando 92% dos viajantes a negócios dizem que **o futuro de suas carreiras depende de viagens de negócios bem-sucedidas** nos próximos 12 meses, fica claro que as viagens podem ser pessoais.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Capacitar o futuro do trabalho com soluções inteligentes de viagens e despesas, um estudo encomendado conduzido pela Forrester Consulting em nome da SAP Concur, maio de 2023.

<sup>4</sup> Relatório global de viagens de negócios SAP Concur de 2023

Fazer mais com menos significa mais escrutínio ao determinar quais viagens são necessárias. E se elas acontecerem, os viajantes podem ter dificuldade para se sentirem confortáveis com opções de viagem menos confortáveis, simplesmente porque é preciso conter despesas. E isso afeta mais do que carreiras e sucesso de vendas:

- Os avanços tecnológicos estão ocorrendo em velocidade bastante alta, então as qualidades humanas, como empatia e criatividade, que são aprofundadas pela interação presencial, se tornam cada vez mais vitais. Assim como a viagem que apoia essas conexões humanas.
- As viagens de negócios estão se tornando um privilégio e são vistas como cada vez mais políticas. **Sessenta e dois por cento dos viajantes, por exemplo, sentem que nem sempre tiveram a mesma oportunidade de viajar como outros em sua empresa.**<sup>4</sup> Isso inclui:
  - 31% dos viajantes a negócios LGBTQ+ que sentem que não têm oportunidades iguais de viajar por causa de sua orientação sexual.<sup>4</sup>
  - 29% dos viajantes a negócios da geração Z que sentem que estão perdendo a oportunidade por causa de sua idade.<sup>4</sup>
  - 23% das mulheres que sentem que é por causa de seu gênero.<sup>4</sup>
- O passo comum mais difícil de viagem que as pequenas e médias empresas têm dado é exigir que os colaboradores permaneçam em acomodações de baixo custo e/ou áreas menos seguras. Enquanto isso, 91% dos viajantes a negócios estão dispostos a recusar uma viagem a negócios por motivos como saúde e segurança.<sup>4</sup>

Pergunte a si mesmo: O que acontece com a motivação quando os colaboradores se sentem desconectados e negligenciados? O que você está perdendo se ignorar as expectativas de flexibilidade e segurança em viagens? Como você pode esperar reter talentos quando eles não se sentem ouvidos?

<sup>4</sup> Relatório global de viagens de negócios SAP Concur de 2023 >



## A conclusão:

Quando você é forçado mais uma vez a fazer mais com menos, você tem que alocar custos de forma eficiente. Mas suas políticas ainda precisam refletir as expectativas dos colaboradores, fornecer acesso igualitário às viagens e cumprir seu compromisso com o dever de diligência. [Veja como. >](#)

## Previsão nº 4:

# A sustentabilidade e o NDC se tornarão padrões do programa de viagens.

“A aceleração da Capacidade de Nova Distribuição (NDC - New Distribution Capability) entre companhias aéreas, Sistemas Globais de Distribuição (GDS), Empresas de Gerenciamento de Viagens (TMCs) e Sistemas de Reservas Online (OBTs) levará a indústria a adotar uma mentalidade de "quando", e não "se". O NDC, combinado com a redução dos pagamentos de fornecedores às TMCs, pode criar dificuldades crescentes e pressionar os acordos econômicos existentes do setor. As TMCs continuarão a procurar mais eficiências e fontes alternativas de receita, o que também pode levar à consolidação contínua. Ao mesmo tempo, iniciativas corporativas maiores, como melhorar a sustentabilidade e a diversidade, a equidade e a inclusão (DEI), continuarão a ser transferidas para os programas de viagens empresariais, colocando novas responsabilidades de maior propósito nos gerentes de viagens.”

– Charlie Sultan, presidente da Concur Travel

O NDC, ou nova capacidade de distribuição, é um padrão de transmissão de dados baseado em XML que transforma a maneira como os produtos das companhias aéreas são comercializados para viajantes a lazer e a negócios. Isso permite que as companhias aéreas ofereçam conteúdo mais rico para agências de viagens, sistemas de distribuição global (GDSs) e empresas de gerenciamento de viagens (TMCs) por meio de APIs. Então, o que isso significa? Personalização. Pense em diferentes tarifas de viagem e benefícios para passageiros, empresas ou funções específicas.

E, embora isso possa ser muito útil, não vem sem preocupações:

- Os líderes de viagens ainda precisam aplicar políticas, manter a visibilidade dos gastos, apoiar o dever de diligência, obter suas tarifas negociadas e cumprir o GDPR.
- Colocar o novo conteúdo no novo formato pode ser problemático porque não é apenas a companhia aérea e o gerente de viagens que precisam resolver as coisas; também é o GDS, a ferramenta de reservas on-line (OBT) e o restante do ecossistema.
- Cada companhia aérea, a OBT e a TMC têm sua própria abordagem, portanto, os gerentes de viagens terão que descobrir como obterão o conteúdo e como ele funcionará com suas próprias ferramentas de reserva.
- Com o impacto do NDC em todo o ecossistema de viagens, todos, de GDSs a TMCs, terão que reavaliar seu valor.



Daqui para frente, passaremos do acesso para a ativação – como os programas de viagem colocam esse conteúdo para funcionar? E isso leva a mais algumas perguntas: Quando uma reserva NDC é feita, como ela é atendida? Como as TMCs e as equipes de viagens acessam as informações para ajudar os viajantes necessitados? Podemos combinar conteúdo NDC e não NDC em um itinerário?

“Para mim, os próximos passos com o NDC são ver como a personalização, as compras baseadas em atributos e outros benefícios ganham vida. A esperança é que possamos obter o benefício de pacotes e fazer coisas mais empolgantes com o conteúdo que surge através deste novo canal. Trata-se também de ver o impacto em todo o ecossistema de viagens, com todos, de GDSs a TMCs e ferramentas de reserva on-line, tendo que repensar seu valor.”

– Katie Virtue, diretora de consultoria de fornecedores da Festive Road

A sustentabilidade está em um caminho semelhante, com organizações e setores com diferentes vencimentos, mas algumas coisas são muito claras.

Os viajantes querem viagens sustentáveis:

 89% dos viajantes a negócios adotarão medidas extras **para reduzir o impacto ambiental de suas viagens** durante os próximos 12 meses.<sup>4</sup>

As empresas estão vendo o valor:

 86% dos líderes empresariais veem a sustentabilidade como um investimento que **protege a organização contra interrupções**.<sup>5</sup>

 83% dizem que suas atividades do programa de sustentabilidade **criaram diretamente valor de curto e longo prazo** para sua organização.<sup>5</sup>

 Quatro em cada cinco líderes veem a sustentabilidade ajudando sua organização a **otimizar e reduzir custos**.<sup>5</sup>



<sup>4</sup> Relatório global de viagens de negócios SAP Concur de 2023 >

<sup>5</sup> 2022 Gartner®, Estratégia de negócios sustentável para um impacto social e ambiental positivo >



No próximo ano, a Virtue, da [Festive Road](#), espera ver empresas na Europa e em outros mercados incorporando esforços de sustentabilidade no início do processo de viagens. Por exemplo, sua ferramenta de reservas pode oferecer dicas de sustentabilidade durante a reserva, como pegar um trem em vez de voar, ou estender uma viagem para maximizar o valor. Eles também trabalharão com os requisitos operacionais e de relatórios para manter a conformidade à medida que as regulamentações continuam a mudar.

Nos EUA e em outros mercados onde a sustentabilidade está em um caminho mais lento, a Virtue prevê que você encontrará o termo aparecendo mais em RFPs, à medida que as empresas exigem ofertas mais ecológicas dos fornecedores. Haverá uma mudança maior de conscientização para ação, tornando a sustentabilidade uma parte mais tangível dos programas e políticas de viagem. E haverá novas maneiras para os colaboradores aprenderem e agirem, reduzindo o impacto das viagens de negócios.

E não importa onde você esteja. Você pode esperar um foco contínuo e crescente nas iniciativas de diversidade, equidade e inclusão (DEI) sob o prisma da sustentabilidade.

### **A conclusão:**

**As viagens de negócios se tornarão mais personalizadas e sustentáveis, mas chegar lá não será necessariamente um caminho fácil. Você terá mais para gerenciar como novas fontes de conteúdo, bem como esforços adicionais de sustentabilidade e DEI, que se enquadram em sua área de atuação, mas você pode acessar insights que o ajudarão a se preparar. [Veja como. >](#)**

# Podem ser previsões, mas são baseadas em evidências.

Ninguém sabe com certeza o que vem a seguir, mas ninguém sabe melhor para onde a T&E está indo do que os especialistas citados aqui – e todos os outros que contribuíram. Eles veem o que está chegando às suas mesas todos os dias, como está a tendência, como está evoluindo e como você pode estar pronto.

Se você quiser se aprofundar um pouco mais, [confira Quatro maneiras de proteger seu negócio contra o futuro](#), uma análise das principais questões financeiras, desde dominar custos e conformidade até aumentar a produtividade e a motivação.

GARTNER é uma marca registrada e marca de serviço da Gartner, Inc. e/ou suas afiliadas nos EUA e internacionalmente e é usada neste documento com permissão. Todos os direitos reservados.

ptBR (23/12)

©2023 SAP SE ou uma empresa afiliada da SAP. Todos os direitos reservados. Consulte o Aviso Legal em [www.sap.com/legal-notice](http://www.sap.com/legal-notice) para obter os termos de uso, isenções de responsabilidade, divulgações ou restrições relacionadas aos Materiais da SAP para o público em geral.

