

SOBRE O ARTIGO TÉCNICO DA SAP CONCUR

Adendo do artigo técnico da SAP Concur para viajantes a trabalho brasileiros

Os dados específicos do mercado neste adendo fazem parte da pesquisa SAP Concur com 3.850 viajantes a negócios. A pesquisa inclui viajantes de 25 mercados globais: EUA, Canadá, Brasil, México, América Latina (Colômbia, Chile, Peru e Argentina), Reino Unido, França, Alemanha, região ANZ (Austrália e Nova Zelândia), região SEA (Singapura e Malásia), China, Hong Kong, Taiwan, Japão, Índia, Coreia, Itália, Espanha, Dubai, Benelux (Bélgica, Países Baixos e Luxemburgo), África do Sul, Suécia, Dinamarca, Noruega e Finlândia.

A Wakefield Research é um importante fornecedor independente de informações e pesquisas de mercado quantitativas, qualitativas e híbridas. A Wakefield Research oferece suporte às marcas e agências mais relevantes, inclusive 50 das empresas da Fortune 100, em mais de 90 países. O nosso trabalho é apresentado na mídia regularmente.

Para saber mais, visite: www.wakefieldresearch.com.

Os viajantes a negócios brasileiros citam a tensão entre orçamentos apertados e as necessidades dos colaboradores.

Mesmo que a logística das viagens de negócios se torne mais sujeita à volatilidade econômica, quase todos os viajantes brasileiros (97%) afirmam que o futuro de sua carreira depende do sucesso das viagens de negócios no próximo ano. **Quase 9 em cada 10 (86%) estão muito dispostos a viajar a negócios nos próximos 12 meses (em comparação com 67% globalmente e empatados com o segundo maior de todos os mercados pesquisados), um aumento em relação a 75% no ano passado.**

Para quase metade dos entrevistados, as viagens de negócios são fundamentais para estabelecer relacionamentos com novos clientes (47%) e manter relacionamentos sólidos com clientes existentes (46%). Apesar de considerar as viagens como parte integrante de sua carreira, 70% dos viajantes a negócios brasileiros nem sempre tiveram oportunidades iguais de viajar em comparação com seus colegas de trabalho.

Para 83% dos viajantes a negócios brasileiros, as incertezas na economia estão afetando as viagens de negócios de sua empresa, especialmente os orçamentos de viagens reduzidos (54%).

Para quase um terço, a economia levou sua empresa a enfatizar tarifas aéreas mais baixas, mesmo que incluam escalas, rotas indiretas ou aeroportos alternativos (29%), enquanto quase 1 em cada 5 começou a exigir que os viajantes ficassem em acomodações de menor qualidade e/ou áreas menos seguras (17%).

Para viajantes a negócios brasileiros, viagens de negócios seguras e sustentáveis são essenciais.

A vasta maioria dos viajantes a negócios brasileiros (95%) está disposta a recusar uma viagem de negócios designada por motivos como saúde e segurança ou preocupações sociais, ambientais ou de equilíbrio entre vida pessoal e profissional. A maioria (51%) recusaria uma viagem de negócios se tivesse preocupações de segurança ou sociais para viajar para determinadas partes do mundo, e 41% se tivesse preocupações de saúde em relação ao destino.

Entre os viajantes brasileiros, a ameaça mais comumente vista às viagens de negócios hoje são as preocupações com saúde e segurança (57%). Três quintos dos viajantes a negócios brasileiros (60%) mudaram suas acomodações em uma viagem de negócios nos últimos 12 meses especificamente porque se sentiram inseguros. **Quase 4 em cada 5 (79%) passaram por situações negativas em uma viagem de negócios, inclusive 26% sentiram que estavam em perigo imediato.**

Além disso, praticamente todos os viajantes a negócios brasileiros com uma política de viagens corporativas (95%*) esperam que seu empregador permita que eles façam escolhas de viagem que estejam fora da política da empresa por motivos como segurança e sustentabilidade, inclusive 36%* esperam a flexibilidade de reservar opções de viagem mais sustentáveis. Quase todos os viajantes brasileiros (97%) tomarão medidas extras nos próximos 12 meses para reduzir o impacto ambiental de suas viagens a trabalho (em comparação com 89% globalmente e empatados para o maior de todos os mercados pesquisados).

Os viajantes a negócios brasileiros querem opções flexíveis, apesar de uma menor supervisão corporativa.

Mesmo quando as empresas tentam gerenciar orçamentos apertados, muitos de seus viajantes estão reduzindo a visibilidade da empresa ao sair de seu alcance para reservar suas viagens de negócios.

Mais de 2 em cada 5 viajantes a negócios brasileiros (44%) normalmente reservam suas viagens de negócios diretamente, usando o site ou aplicativo de uma companhia aérea, hotel ou locadora de veículos. Muitos alteram ou cancelam voos usando essa abordagem direta também: 38% normalmente usam o site ou aplicativo da companhia aérea e 21% ligam diretamente para a companhia aérea.

*Tamanho de base pequeno; os resultados são direcionais.



PESQUISA DE MERCADO | PR POLLING | SERVIÇOS DE SUPORTE A PESQUISAS

WAKEFIELDRESEARCH.COM



OBSERVAÇÕES METODOLÓGICAS

A pesquisa SAP Concur - Viajantes a Negócios foi conduzida pela Wakefield Research (www.wakefieldresearch.com) entre 7 e 28 de abril de 2023, entre 3.850 viajantes a negócios em 25 mercados: EUA, Canadá, Brasil, México, América Latina (Colômbia, Chile, Peru e Argentina), Reino Unido, França, Alemanha, região ANZ (Austrália e Nova Zelândia), região SEA (Singapura e Malásia), China, Hong Kong, Taiwan, Japão, Índia, Coreia, Itália, Espanha, Dubai, Benelux (Bélgica, Países Baixos e Luxemburgo), África do Sul, Suécia, Dinamarca, Noruega e Finlândia. Os dados foram ponderados para garantir uma representação confiável da população de viajantes a negócios em cada mercado.

Os resultados de qualquer amostra estão sujeitos à variação de amostragem. A grandeza da variação é mensurável e afetada pelo número de entrevistados e pelo nível das percentagens que expressam os resultados. Para as entrevistas conduzidas nesse estudo específico, as chances são de 95 em 100 de que o resultado de uma pesquisa não varie, para mais ou para menos, em mais de 1,6 ponto percentual do resultado que seria obtido se as entrevistas tivessem sido realizadas com todas as pessoas no universo representado pela amostra. As margens são levemente maiores para subgrupos. A margem de erro para os 100 entrevistados do Brasil neste estudo é de +/- 9,8 com confiança de 95%.