

SOBRE O ARTIGO TÉCNICO DA SAP CONCUR

Os dados específicos do mercado neste adendo fazem parte da pesquisa SAP Concur com 4.850 viajantes a negócios, definidos como aqueles que viajam a negócios mais de três vezes ao ano. A pesquisa inclui viajantes de 23 mercados globais: EUA, Canadá, Brasil, México, Reino Unido, França, Alemanha, região ANZ (Austrália e Nova Zelândia), região SEA (Singapura e Malásia), Grande China, Hong Kong, Taiwan, Japão, Índia, Coreia, Itália, Espanha, Dubai, Benelux (Bélgica, Holanda e Luxemburgo), 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.

Adendo do artigo técnico da SAP Concur para o Brasil

Viajantes a negócios brasileiros estão particularmente animados para voltar aos negócios.

Mais de um terço dos viajantes a negócios brasileiros (34%) se sentem preocupados com a retomada das viagens assim que as restrições forem suspensas, **mas quase metade se sente animada também (48%, em comparação com 32% globalmente)**. Dois terços (66%) se sentem positivos sobre viajar novamente.

O motivo pelo qual eles desejam retornar são claros: Quase 3 em cada 5 viajantes a negócios brasileiros (58%) antecipam menos contratos ou negócios e **quase o mesmo número (56%, em comparação com 46% globalmente) espera quedas em novos negócios devido à falta de reuniões presenciais**.

OS PRINCIPAIS SENTIMENTOS DOS VIAJANTES A NEGÓCIOS BRASILEIROS EM RELAÇÃO AO RETORNO DAS VIAGENS*



*PESQUISA COM 250 VIAJANTES A NEGÓCIOS DO BRASIL, QUE VIAJAM A NEGÓCIOS MAIS DE TRÊS VEZES AO ANO

Viajantes brasileiros a negócios preveem um novo normal para viagens comerciais pós-COVID.

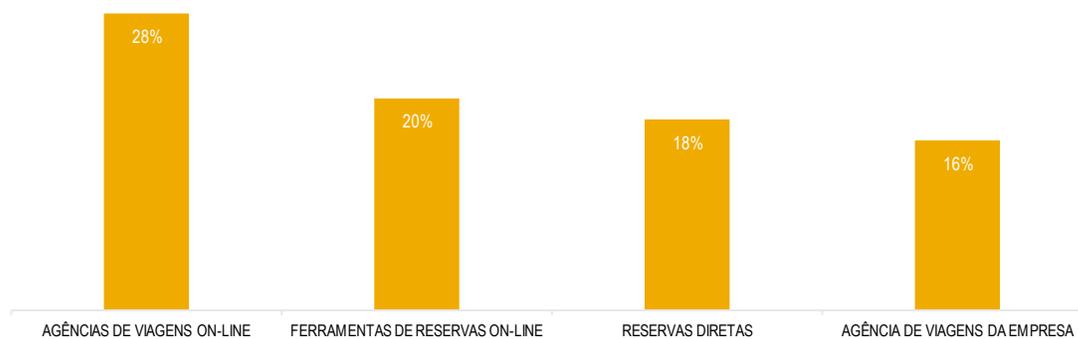
Quase todos os viajantes a negócios brasileiros (98%) esperam um “novo normal” com a mudança de normas e práticas com **quase metade (46%, em comparação com 37% globalmente) espera limitar o uso de transporte público, e 2 em cada 5 (40%, em comparação para 29% globalmente) esperam priorizar a rota mais curta entre os locais, como voos diretos**. Quase um terço (31% cada) espera quarentena forçada na chegada e usar seu veículo pessoal para viajar. **Mais de um quarto (27%, comparado a 21% globalmente) também espera evitar aeroportos nas principais cidades**

No entanto, embora as viagens possam parecer diferentes pós COVID-19, 65% dos viajantes brasileiros a negócios não esperam limitar rotineiramente a participação em eventos e conferências, sugerindo que o setor de viagens precisará mudar para atender às suas novas expectativas.

A COVID-19 significa novas regras de etiqueta para viagens.

Em particular, mais de 3 em cada 5 viajantes brasileiros a negócios (62%) esperam usar higienizadores de mãos (em comparação com 52% globalmente). Mais da metade (51%) dos viajantes a negócios brasileiros também preveem o distanciamento social aplicado a viagens e 46% preveem saudações sem contato como alternativa aos apertos de mão. Quase o mesmo número (58%) espera que o uso de máscaras (58%) faça parte do novo normal para viagens corporativas.

PRINCIPAIS RECURSOS USADOS PARA RESERVAS DE VIAGENS CORPORATIVAS*



*PESQUISA COM 250 VIAJANTES A NEGÓCIOS DO BRASIL, QUE VIAJAM A NEGÓCIOS MAIS DE TRÊS VEZES AO ANO

A COVID-19 também aumenta o risco de discriminação contra grupos marginalizados.

Quase todos os viajantes brasileiros a negócios (97%, comparado a 90% globalmente) esperam maior discriminação em consequência da COVID-19.

Os viajantes brasileiros a negócios estão especialmente atentos à probabilidade de aumento da discriminação contra **viajantes que apresentam sintomas de resfriado ou gripe (66%, em comparação com 59% globalmente)**, **viajantes de países com altas taxas de infecção (55%, em comparação com 49% globalmente)**, **viajantes idosos (43%, em comparação com 26% globalmente)**, e até mesmo **viajantes de origem asiática (42%, em comparação com 32% globalmente)**.

Em uma mudança significativa em relação ao ano passado, a viagem em si é agora a etapa mais estressante das viagens para os viajantes brasileiros a negócios.

Quase 2 em cada 5 (39%) viajantes a negócios brasileiros agora dizem experimentar mais estresse durante a viagem, ao invés de antes (27%) ou depois dela (34%). Esta é uma mudança significativa em relação ao ano passado, quando apenas 29% dos viajantes a negócios no Brasil disseram que a viagem em si era mais estressante.

Além disso, quase 2 em cada 5 (39%) afirmam que sua saúde e segurança são as principais prioridades ao viajar a negócios, mais do que o dobro daqueles que afirmam que as necessidades corporativas (16%) são as principais de suas preocupações. Diante desse estresse, é compreensível que mais de 9 em cada 10 viajantes brasileiros a negócios (94%) estejam preocupados em retomar as viagens. Os viajantes estão **especialmente preocupados com a possibilidade de infectar a família (65%, em comparação com 55% globalmente)** ou de adoecer (54%). Além disso, a viagem em si pode causar ansiedade: os viajantes brasileiros a negócios estão preocupados em usar o transporte público (47%), seguidos por estar em um avião (45%) e **caminhar pelo aeroporto (40%, em comparação com 27% globalmente)**.

No entanto, os viajantes brasileiros a negócios que viajam mais de 16 vezes por ano expressam o mínimo de preocupação em retornar: apenas 36%* estão preocupados em usar o transporte público (em comparação com 51% dos viajantes menos frequentes).

* Tamanho de base pequeno; somente resultados direcionais.

As empresas devem ajudar a atender as expectativas dos viajantes a negócios, ou arriscar as consequências.

Uma esmagadora maioria de 97% dos viajantes corporativos consideram algumas medidas críticas para o retorno seguro às viagens, **especialmente exames pessoais de saúde obrigatórios para colaboradores em viagem (51%, em comparação com 39% globalmente)**, limitando as viagens apenas às viagens mais essenciais (40%) e acesso facilitado aos equipamentos de proteção individual (31%). A implementação antecipada dessas várias medidas de segurança pode ser o motivo pelo qual um quarto dos viajantes a negócios (25%) também acredita que as aprovações pré-viagem são essenciais para voltar a viajar com segurança.

Entre os viajantes que veem a necessidade de mudanças, 47% dizem que pediriam para limitar as viagens se a empresa não implementasse as medidas que desejam, e 8% procurariam um cargo que não exigisse viagens dentro da empresa, bem como 5% que considerariam um cargo em outra empresa.

Viajantes brasileiros a negócios dizem que o treinamento pode ajudá-los a voltar a viajar com segurança.

Uma grande porcentagem de 97% dos viajantes a negócios brasileiros diz que os treinamentos da empresa seriam benéficos (em comparação com 94% globalmente), especialmente treinamentos sobre como proteger a saúde e segurança durante a viagem (62%, em comparação com 54% globalmente) e como manter hábitos saudáveis durante a viagem (50%). Isso representa um maior interesse em manter hábitos saudáveis em comparação ao ano passado (31%), o que provavelmente é resultado da maior atenção na proteção da saúde durante a viagem. Outros treinamentos populares incluem **práticas recomendadas para viagens (36%, em comparação com 27% globalmente)**, viagens mais sustentáveis (28%), reservas de viagens econômicas (22%) e políticas de viagens e despesas (20%).

Viajantes brasileiros a negócios querem tecnologias que se mantenham atualizadas.

Quase um terço (31%, em comparação com 24% globalmente) deseja notificações automáticas para reservas ou despesas fora da política. Em última análise, os viajantes brasileiros buscam um amplo conjunto de funções sob demanda, incluindo recursos para criar e enviar um relatório de despesas (25%) e até mesmo meios para acompanhar e compensar sua pegada de carbono (14%).



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

WAKEFIELDRESEARCH.COM



OBSERVAÇÕES METODOLÓGICAS

A pesquisa SAP Concur com Viajantes a Negócios foi conduzida pela Wakefield Research (www.wakefieldresearch.com) entre 20 de maio e 9 de junho de 2020. A pesquisa foi realizada com 4.850 viajantes a negócios que viajam a trabalho e exigem pernoite mais de três vezes por ano. A pesquisa foi realizada em 23 mercados: EUA, Canadá, Brasil, México, Reino Unido, França, Alemanha, região ANZ (Austrália e Nova Zelândia), região SEA (Singapura, Malásia), Grande China, Hong Kong, Taiwan, Japão, Índia, Coreia, Itália, Espanha, Dubai, Benelux (Bélgica, Holanda e Luxemburgo), Suécia, Dinamarca, Noruega e Finlândia.

Os resultados de qualquer amostra estão sujeitos à variação. A margem geral de erro para esta pesquisa com 4.850 entrevistados é de +/- 1,4 com confiança de 95%. Ou seja, as chances são de 95 em 100 de que o resultado de uma pesquisa não varie, para mais ou para menos, em mais de 1,4 pontos percentuais do resultado que seria obtido se as entrevistas tivessem sido realizadas com todas as pessoas no universo representado pela amostra. As margens são ligeiramente maiores para os subgrupos. A margem de erro para os 250 entrevistados do Brasil neste estudo é de +/- 6,2 com confiança de 95%.