

SAP Concur 

Para onde vamos a seguir?

O ressurgimento das viagens e o avanço
de seus negócios

Em colaboração com



THE BEST RUN





De acordo com o 2021 Global Travel Management Report,

98% dos gerentes de viagens esperam que os gastos com viagens de suas empresas aumentem nos próximos doze meses. Esta é uma boa notícia para os negócios e viajantes, e depois de um ano de restrições e incógnitas, é ótimo ver algo tão encorajador no horizonte.

É claro que a empresa quer se movimentar novamente, então agora é um bom momento para analisar por que viajar é tão importante, como as empresas medem seu valor, o que mudou (dica: muito) e como liderar a próxima era de viagens de negócios.

Vamos lá.

Por que nos deslocamos até os lugares?

A conexão humana é um desejo inato; queremos ver nossos colegas, queremos criar novas lembranças e queremos nos sentir normais outra vez. Queremos viajar, seja a negócios ou lazer. O 2021 Global Business Traveler Study enfatiza o seguinte:



38% dos viajantes de negócios estão preocupados que, se não puderem viajar, será difícil estabelecer novos relacionamentos com os clientes.

45% estão preocupados em desenvolver e manter as conexões de negócios.

54% querem viajar para fazer conexões pessoais com clientes e colegas.

As reuniões virtuais podem ser mais eficientes, mas não têm o mesmo efeito. Elas têm sido o contexto dos “relacionamentos” durante a pandemia, mas as conexões presenciais – encontrar clientes, interagir com clientes, caminhar pelos ambientes de trabalho – não podem ser substituídas por completo.

Pense em quando alguém de sua empresa se aposenta – há uma festa, recordações, montagem de fotos com músicas alegres e muitas fotos de eventos corporativos, jantares de equipe e reuniões da empresa. Esses marcos presenciais são fundamentais, eles deixam uma marca indelével em nossas vidas e carreiras e, embora a abordagem virtual tenha nos ajudado a atravessar o ano passado, ela não pode substituir a reunião.

É essa conexão humana que nos une e essa é uma das razões pelas quais viajamos.

Como devemos mensurar o valor das viagens de negócios?

Se não houvesse valor em levar nosso negócio para a estrada, não teríamos feito isso por décadas. Mas se há um ponto positivo na pandemia, é que ela nos deu tempo para rever o que temos feito há décadas e determinar se “o que sempre fizemos” é “o que devemos continuar fazendo”.

As empresas não estão olhando para trás para ver se sua abordagem e investimentos anteriores valeram a pena; elas estão olhando para frente, com uma lousa quase completamente limpa, e estão redefinindo como devem ser as viagens, não apenas para a empresa, mas também para as pessoas.

A pergunta difícil aqui é, claro, como você mensura esse valor? Não se trata de um número que você pode inserir em uma coluna ou um total que você adiciona ao resultado final. É muito difícil definir o que seria um retorno tangível sobre o investimento em relação às viagens, então as organizações devem procurar avaliar o valor de maneiras que se alinhem com sua cultura. O que você valoriza como empresa? Como isso se alinha com a forma como você avalia uma viagem individual?





Para responder a esta pergunta de avaliação de viagem, muitas organizações analisam quatro fatores:

**IRÁ
FORTALECER UM
RELACIONAMENTO
COMERCIAL?**

A reunião presencial gera mais benefícios do que uma chamada de vídeo?

**GERA
RECEITA?**

É essencial para a continuidade ou o crescimento dos negócios?

**O MOMENTO/A
FREQUÊNCIA É
ADEQUADO?**

Estivemos lá há pouco? Podemos agrupar com outra reunião?

É SEGURO?

Quais preocupações de saúde temos que considerar?

Suas respostas devem direcioná-lo para viagens estratégicas e com propósitos que correspondam às metas e à cultura da sua empresa.

Ao mesmo tempo, muitas empresas estão criando ferramentas e sistemas para mensurar mais facilmente esse valor. Essas ferramentas são projetadas para que os colaboradores pensem sobre a finalidade de suas viagens e para fazê-los ver as viagens sob uma nova perspectiva. O objetivo final é fazer toda a empresa pensar de forma diferente e impulsionar novos comportamentos decorrentes da pandemia.



Você está desenvolvendo um programa de viagens totalmente novo. Alguma dúvida?

À medida que você desenvolve novos processos e protocolos para seu programa, pergunte-se sobre a finalidade de cada viagem – ela agrega valor ao relacionamento e ao negócio? Considere o foco de cada viagem – o foco é interno ou voltado para o cliente? Faça a si mesmo perguntas de logística que você nunca teve que considerar antes:

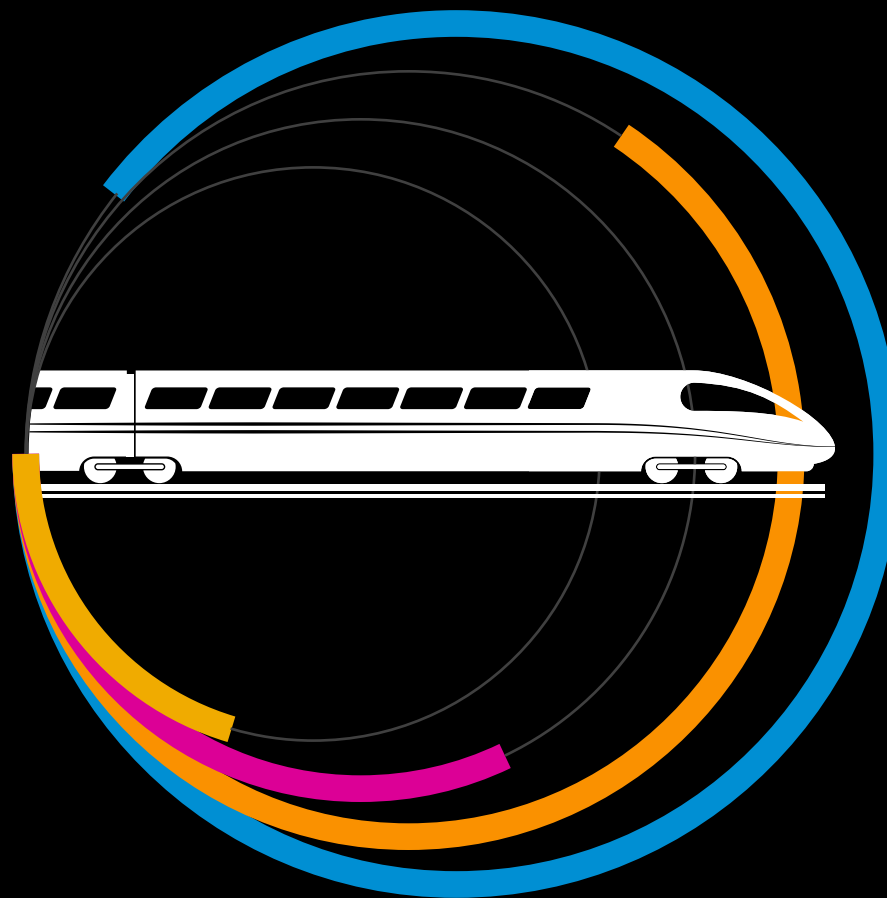
Quais são os requisitos de máscara/ vacinação/outros de seu destino?	O escritório ou a instalação de seu cliente está aberto? Eles estão trabalhando remotamente ou em um modelo híbrido? Há um lugar para vocês se encontrarem? Quais são as políticas de visitas deles?	Seu cliente está confortável com sua visita? Eles preferem que você esteja vacinado? Você está vacinado?	Que risco seus entes queridos correm com sua viagem de negócios?
--	--	--	--

Essas avaliações são essenciais para o sucesso de seu “novo” programa de viagens, mas colocá-las em ação deve se encaixar na cultura e no estilo de sua empresa. Caso contrário, elas certamente não serão bem-sucedidas. Para alguns, uma ferramenta de árvore de decisão com 15 perguntas é o caminho a seguir. Para outros, trata-se mais de treinamento e comunicação instigantes. De qualquer forma, as avaliações desempenharão um papel significativo na definição do valor das viagens em sua empresa.

O que mudou, além de tudo?

À medida que nos aventuramos no território desconhecido das viagens corporativas pós-pandemia, o que precisamos considerar, quais surpresas o futuro nos reserva, quais obstáculos e oportunidades enfrentaremos?

Você pode começar a responder a essas questões perguntando aos seus colaboradores.



20% dizem que procurarão um novo emprego se o empregador não oferecer medidas para proteger a saúde e a segurança durante as viagens.

32% dizem que gostariam que suas empresas retomassem as viagens pré-COVID.

65% dizem que estão muito dispostos a viajar nos próximos 12 meses.

90% esperam que sua empresa ofereça benefícios para garantir sua saúde e segurança durante as viagens.

Fonte: Global Business Traveler Report 2021

Depois que você decidir que a viagem irá ocorrer – quando você voltar à ativa como organização –, gerenciar as viagens por conta própria será muito diferente do que antes. De acordo com um relatório de liderança em inovação recente da EY, *Business Travel Reimagined In and Beyond a COVID-19 World*, há várias áreas importantes a serem consideradas à medida que você coloca seu programa em funcionamento novamente:

1 Saúde e segurança

Encontrar, filtrar e transmitir informações oportunas sobre saúde e segurança para seus viajantes será essencial. Isso incluirá detalhes sobre todos os aspectos da viagem, desde trabalhar remotamente até gerenciar regulamentações e restrições referentes a um determinado destino. Também será importante avaliar a disposição e a prontidão dos colaboradores para viajar, porque se você quiser que eles sejam produtivos, precisa que eles se sintam confortáveis. Outra consideração é como você responderá a imprevistos: Você precisará interagir com partes interessadas internas e externas (como empresas capazes de retirar colaboradores de uma emergência no exterior ou prestar serviços de atendimento médico local) para fornecer e respaldar respostas coordenadas a tais eventos.



Considere o seguinte:

Outra grande mudança na qual pensar é o impacto que o trabalho híbrido/virtual tem sobre as viagens. Se você tem uma política de “trabalho em qualquer lugar”, por exemplo, como isso afeta sua política de viagem? Se você não permite a presença de colaboradores no escritório, como deixá-los embarcar para Singapura faz sentido? Sua mensagem, seja qual for, precisa ser coerente e condizente com sua cultura. Você quer que seus colaboradores estejam seguros onde quer que seja e eles nunca estiveram em tantos lugares.

2 Kits de ferramentas para o viajante

Elaborar um kit de ferramentas robusto para o viajante será fundamental para a retomada bem-sucedida das viagens. Este kit pode e deve incluir: uma avaliação de prontidão para viagens, uma lista de verificação de imunização, o que fazer e o que não fazer em situações comuns de viagens, um programa de segurança do viajante que localiza colaboradores em situações de emergência, aplicativos de comunicação bidirecional, protocolos de rastreamento de contatos, aplicativos de certificação de imunidade e orientação atualizada de organizações de saúde globais sobre como viajar com segurança.

3 IA e automação

Como aprendemos, a adoção da automação é essencial em praticamente todas as situações. No setor de viagens não é diferente. A inteligência artificial (IA) pode ser capaz de respaldar avaliações de saúde, requisitos de imunidade e prontidão para viagens, para, em seguida, adaptar os planos de viagem de forma apropriada. As tecnologias cognitivas também considerarão automaticamente requisitos novos ou atualizados referentes a viagens aéreas, estadias em hotéis e exames de saúde/segurança em aeroportos para que seus viajantes fiquem por dentro antes da partida.



Perspectivas pós-pandemia:

Apenas um quinto dos colaboradores ainda esperaria trabalhar integralmente (cinco ou mais dias) no escritório.

9 a cada 10 querem flexibilidade em relação a onde e quando trabalham.

Um terço quer que seus empregadores ofereçam semanas de trabalho mais curtas.

54% dos colaboradores provavelmente deixarão o emprego se não tiverem a flexibilidade que desejam.

Apesar da mudança para novas maneiras de trabalhar e da rápida adoção da tecnologia de reuniões virtuais, quase **dois terços** dos colaboradores querem continuar viajando a negócios após a pandemia.

Fonte: EY Work Reimagined Employee Survey, 2021

Você participará de eventos presencialmente outra vez? Você irá organizá-los?

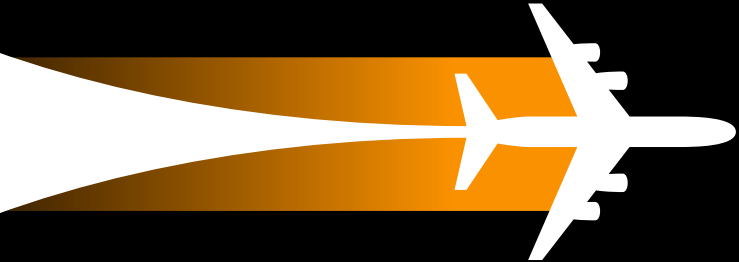
Talvez você nunca tenha adorado ir a grandes conferências em Las Vegas, mas é difícil questionar o apelo de se reunir novamente com os colegas. Então, à medida que você se aventura (ou convidar outras pessoas a fazê-lo), considere algumas novas maneiras de conduzir as coisas:

Adote e espere abordagens híbridas em relação aos eventos, como um modelo “hub and spoke”. A principal conferência é em Nova York, mas há “spokes” (sessões) em Phoenix, Houston e Seattle. Assim, os colaboradores podem ir a um evento menor com menos pessoas, mas ainda podem participar das principais apresentações.

Tudo terá uma opção virtual. Permitir que as pessoas participem virtualmente pode, na verdade, atrair públicos maiores do que nos eventos presenciais. E quando você oferece essa opção, pode ver públicos concentrados com replays sob demanda de palestras, etc. Você tem mais maneiras de se conectar com um público, simplesmente dando às pessoas a opção de como e quando elas querem participar.

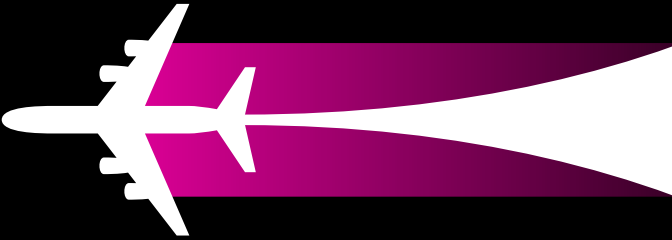
O networking ainda pode acontecer. Vamos a esses eventos para participar do happy hour de encontros porque é assim que expandimos nossa rede e aprendemos com nossos colegas. As organizações precisarão explorar novas tecnologias, como IA, que encontra semelhanças entre participantes de conferências virtuais e presenciais e, em seguida, cria oportunidades de networking em que as pessoas podem se conectar.





Adentramos a próxima era das viagens. Como navegamos por ela?

Você pode liderar ou pode seguir, mas provavelmente sabe o que faz você chegar lá primeiro. Então, se você quiser assumir o comando, confira como essas percepções de práticas recomendadas podem ser úteis.



Adote um papel de liderança.

Nunca houve tanto destaque em relação às viagens e à segurança do viajante, então este é o momento perfeito para você brilhar. Se você tiver um lugar à mesa onde as decisões estão sendo tomadas, deixe sua marca. Solucione o problema e trace seu próprio percurso para a recuperação das viagens a fim de apoiar o negócio. Se você não tiver um lugar à mesa, introduza o assunto. Em seguida, apresente uma estratégia, uma referência ou um ponto de partida para fazer as viagens acontecerem novamente.

Crie uma mentalidade de força-tarefa.

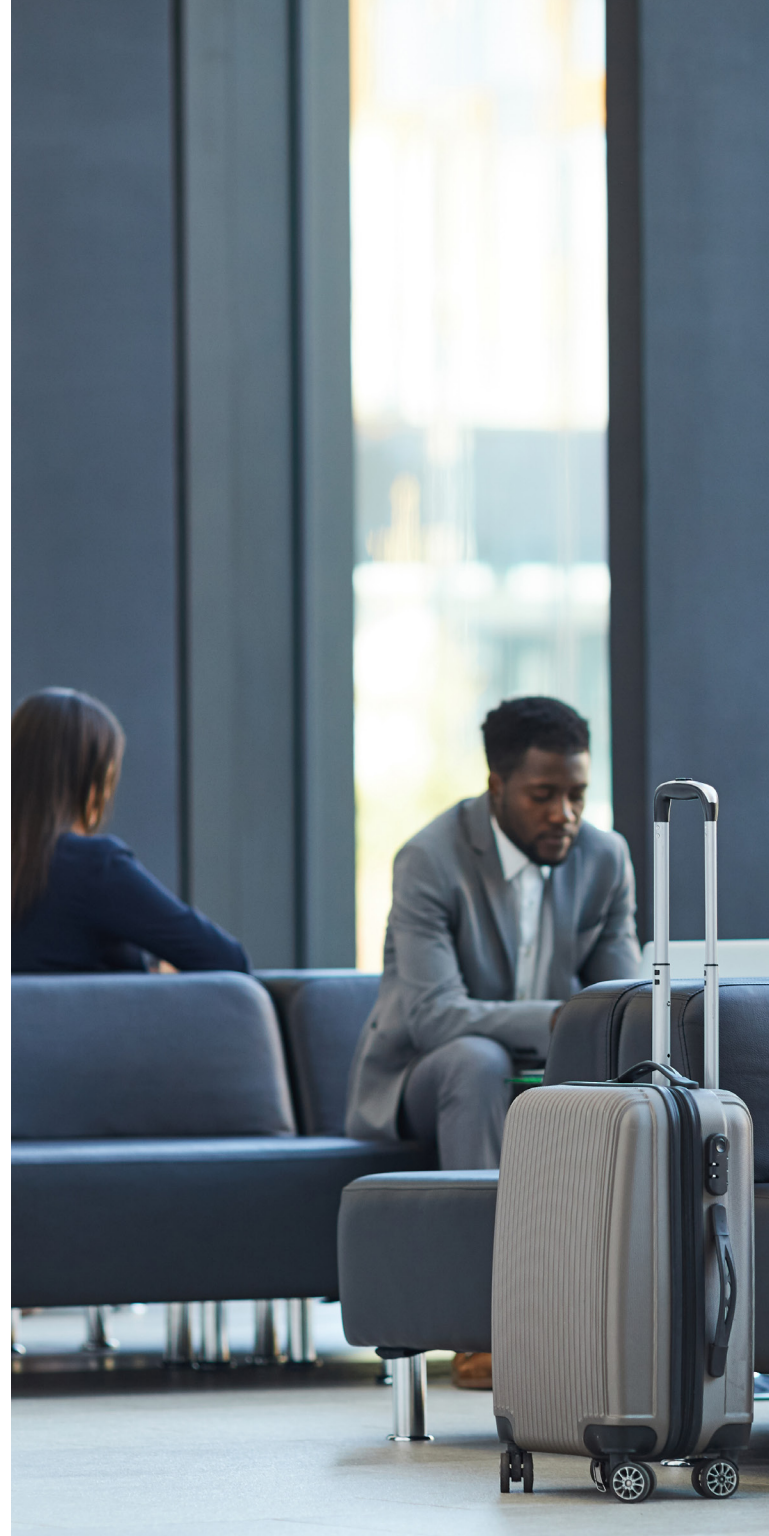
Reúna as mentes mais brilhantes dos departamentos de RH, Segurança, TI, Compras de sua organização – qualquer pessoa que seja uma parte interessada deve participar das conversas. Colabore para identificar as ferramentas de reunião virtuais e híbridas, além de ofertas de pagamento sem contato que podem tornar seu programa mais seguro e mais consistente. Forme sua equipe, dê início ao trabalho, mas saiba que não há linha de chegada. Este é um desafio cultural contínuo e seu programa e plano precisam ser sustentáveis, o que significa que precisam ser adaptáveis, à medida que avançamos.

Estabeleça fontes claras de verdade quanto às informações de segurança.

Decida quais avaliações de segurança você seguirá – sejam elas do CDC, da OMS ou de outra organização reconhecida. Depois, avalie seu panorama de viagens (os países e as cidades que você visita) e mantenha uma avaliação ativa das regulamentações, das restrições e dos requisitos. As viagens se tornarão o ponto central em relação a fontes de dados e política, e você desejará contar com orientação de fácil compreensão para os viajantes. Isso abrange ferramentas de árvore de decisão que asseguram que os viajantes estejam cientes de todos os elementos agora envolvidos nas viagens, inclusive como obter informações adicionais de seu programa de viagens.

Certifique-se de dispor da tecnologia para transmitir as informações aos colaboradores.

Podem ser dados de saúde e segurança, então você precisa disponibilizá-los para as pessoas, seja através de aplicativos, comunicações via push, sincronização bidirecional ou qualquer outro meio que estiver à mão. Todos em sua organização precisam conhecer e entender claramente seus processos, requisitos, etc., e você precisa tornar as regras e regulamentações fáceis de acessar e seguir. Isso é primordial: para funcionar, tem que ser simples. Mais uma vez, os colaboradores precisarão de uma fonte de verdade simples referente a todos os requisitos de viagem e regras que seus destinos exigem.



Sinta-se à vontade em abrir mão do controle.

Os colaboradores sabem o que é seguro para eles e precisam ser capazes de tomar decisões imediatas sobre aquilo com o que se sentem confortáveis. Então, certifique-se de incorporar flexibilidade em seu programa, não tanto a ponto que você não possa manter as pessoas em segurança caso elas façam escolhas que possam colocá-las em situações perigosas.

Antecipe-se aos requisitos regulatórios.

À medida que as estruturas de trabalho e os requisitos de viagem mudam, o mesmo acontece com os requisitos e as responsabilidades de conformidade, fiscais, de sustentabilidade e de imigração. Então, certifique-se de estar preparado para entender quais são suas responsabilidades e gerenciá-las proativamente, colocando tudo em ordem, desde seus dados até seus relatórios e controles.

Não aja sozinho.

Planejar seu percurso neste novo mundo de viagens de negócios não é uma tarefa fácil, mas é possível contar com ajuda. Procure parceiros – de agências de viagens corporativas (Travel Management Companies, TMCs) a consultores de viagens de negócios e provedores de tecnologia – que equilibrem conhecimento aprofundado de viagens com a experiência e o aprendizado do trabalho com várias empresas.

A man with a beard, wearing a dark suit, is seen from the side, looking out over a city skyline at sunset. He is holding a smartphone in his left hand and resting his right arm on a balcony railing. The background shows a city with various buildings and a bright sun low on the horizon, creating a warm, golden glow.

Nenhum de nós esteve aqui antes.

Viajar em 2021 e no futuro não se parece com nada do que qualquer um de nós já viu, mas não muda a razão pela qual precisamos levar os negócios para a estrada. Queremos ver nossos clientes e colegas novamente. Queremos nos sentar à mesa. Queremos colaborar com a próxima grande ideia. E queremos nos sentir normais outra vez.

Viajar torna tudo isso possível, mas antes de partirmos, precisamos implementar estratégias que coloquem o viajante antes dos negócios e a saúde acima de tudo. Devemos avaliar efetivamente o valor das viagens e compará-lo com o que valorizamos como organização. E devemos agir, não apenas seguir aqueles que o fazem.

Realizadas de forma segura, distinta e adequada, as viagens nos levarão a lugares onde nunca estivemos.

Para saber mais sobre os próximos rumos, acesse concur.com.br.



Os pontos de vista refletidos neste artigo são os pontos de vista do autor e não refletem necessariamente os pontos de vista da organização global da EY ou de suas empresas-membro.

O propósito da EY é construir um mundo de trabalho melhor, ajudando a agregar valor de longo prazo para os clientes, as pessoas e a sociedade, além de estabelecer confiança nos mercados de capitais.

Habilitadas por dados e tecnologia, as diversas equipes da EY presentes em mais de 150 países fornecem confiança por meio de garantia e ajudam os clientes a crescer, transformar e operar.

Trabalhando com garantia, consultoria, direito, estratégia, tributação e transações, as equipes da EY fazem perguntas melhores para encontrar novas respostas para as questões complexas que o mundo enfrenta hoje.

A EY refere-se à organização global e pode se referir a uma ou mais das empresas-membro da Ernst & Young Global Limited, cada uma das quais é uma pessoa jurídica separada. A Ernst & Young Global Limited, uma empresa do Reino Unido limitada por garantia, não presta serviços aos clientes. Informações sobre como a EY coleta e usa dados pessoais e uma descrição dos direitos que os indivíduos têm segundo a legislação de proteção de dados estão disponíveis em ey.com/privacy. As empresas-membro da EY não prestam serviços de advocacia onde for proibido pela legislação local. Para obter mais informações sobre nossa organização, acesse ey.com.

Por que EY para SAP?

Não importa onde você esteja em sua jornada de transformação, a equipe mundial da EY fornece um conjunto completo de recursos, além da experiência SAP específica do setor — tudo para ajudá-lo a entregar rapidamente resultados que importam para seu negócio. Saiba mais em ey.com.

Vamos conversar.

Saiba como a EY pode ajudá-lo a reimaginar tudo com a SAP Concur e outras soluções SAP – para que você possa transformar rapidamente seu programa de Viagens e Despesas. Entre em contato conosco para agendar uma demonstração, obter mais insights ou discutir um desafio específico que sua organização está enfrentando.





Sobre a SAP Concur:

SAP® Concur® é a marca líder do mundo em soluções integradas de gestão de viagens, despesas e faturas, impulsionada por uma busca incessante de simplificar e automatizar esses processos diários. O bem avaliado aplicativo móvel SAP Concur orienta os colaboradores em todas as viagens a trabalho, as cobranças são diretamente preenchidas nos relatórios de despesas e a aprovação é automatizada. Ao integrar dados quase em tempo real e usar IA na análise das transações, as empresas podem ver exatamente o que estão gastando e evitar possíveis pontos cegos no orçamento. A SAP Concur ajuda a eliminar as tarefas tediosas de ontem, facilita o trabalho de hoje e ajuda as empresas a funcionar melhor. Saiba mais em concur.com.br ou no blog da SAP Concur.



Siga a SAP Concur



Saiba mais em concur.com

ARTIGO TÉCNICO SOBRE CAMPANHA DE VIAGENS enUS (21/05)

© 2021 SAP SE ou empresa afiliada da SAP. Todos os direitos reservados.

Nenhuma parte desta publicação pode ser reproduzida ou transmitida de nenhuma forma para nenhum propósito sem a permissão expressa da SAP SE ou de uma empresa afiliada da SAP.

As informações contidas neste documento estão sujeitas a alterações sem aviso prévio. Alguns produtos de software comercializados pela SAP SE e suas distribuidoras contêm componentes de software proprietário de outros fornecedores de software. As especificações nacionais de produtos podem variar.

Estes materiais são fornecidos pela SAP SE ou uma empresa afiliada da SAP apenas a título informativo, sem representação ou garantia de nenhum tipo, e a SAP ou suas empresas afiliadas não assumem nenhuma responsabilidade por erros ou omissões referentes a esses materiais. As únicas garantias de produtos e serviços da SAP ou empresa afiliada da SAP são aquelas definidas nas declarações expressas de garantia que acompanham esses produtos e serviços, se houver. De forma alguma as informações contidas neste documento devem ser consideradas uma garantia adicional.

Em particular, a SAP SE ou suas empresas afiliadas não têm nenhuma obrigação de explorar qualquer atividade listada neste documento nem em qualquer apresentação relacionada, tampouco de desenvolver ou lançar qualquer funcionalidade mencionada nesse sentido. Este documento, ou qualquer apresentação correlata, e a estratégia da SAP SE ou de suas empresas afiliadas e possíveis desenvolvimentos, produtos e/ou plataformas, direções e funcionalidades futuras estão todos sujeitos a alteração e podem ser alterados pela SAP SE ou suas empresas afiliadas quando estas desejarem, por qualquer motivo e sem comunicado prévio. As informações neste documento não são um compromisso, promessa ou obrigação legal de oferecer nenhum material, código ou funcionalidade. Todas as declarações relativas ao futuro estão sujeitas a vários riscos e incertezas que poderiam fazer com que os resultados reais sejam substancialmente diferentes das expectativas. Os leitores são advertidos a não dependerem indevidamente dessas declarações relativas ao futuro e elas não devem servir de base para tomadas de decisão de compras.

A SAP e outros produtos e serviços da SAP referidos neste documento, além de seus respectivos logotipos, são marcas registradas ou marcas comerciais da SAP SE (ou uma empresa afiliada da SAP) na Alemanha e em outros países. Todos os outros nomes de produtos e serviços mencionados são marcas comerciais de suas respectivas empresas. Consulte www.sap.com/trademark para obter outras informações e avisos sobre a marca registrada.