

Punto empresarial

Viajes corporativos

Tendencias 2023

Conociendo a **Iván**,
Analista de producto
Empresarial

Integrated
Report Edenred
2021-2022

Conoce
nuestro **Súper**
Cliente del mes



Viajes corporativos:

Tendencias 2023

Desde el momento en que el primer avión despegó en 1903 hasta la democratización de los viajes aéreos durante los siguientes 100 años, la industria de las aerolíneas ha jugado un papel fundamental en la globalización, permitiendo que las economías alcancen nuevas alturas.

El último Barómetro Turístico de la consultora Braintrust sobre el business travel sostiene que esta actividad crecerá a un ritmo superior al 50% en los próximos dos años, aunque no volvería a los niveles pre-COVID-19 hasta 2025.

Es así como los viajes de negocios han tenido un regreso impresionante: a fines de marzo de 2022, las reservas de vuelos de negocios superaron los niveles de 2019 por primera vez desde que comenzó la pandemia.





Con la llegada de un business travel más consciente y responsable, cuyo papel se amplifica ante la necesidad de viajar para seguir haciendo negocios, mientras se prepara para una nueva transformación hacia la sostenibilidad. Todo ello con un nuevo y más importante rol de las agencias especializadas.

Condicionantes que pueden impactar negativamente en los viajes corporativos

- Enfermar, tener un accidente, dar positivo en Covid, no saber a qué hospital o clínica acudir y perder el equipaje o la documentación.
- La incertidumbre en las nuevas reglas de viaje que ha aumentado la contratación de seguros de viaje. Debido a las preocupaciones actuales de los viajeros, se ha registrado un incremento de aproximadamente el 20% en la contratación de seguros de cancelación y de viajes. El 71% se está contratando al momento de comprar los billetes de viaje, y en su mayoría, se hace a través de plataformas digitales.
- Durante 2022 y 2023 permanecerá un escenario de volatilidad e inseguridad

sanitaria que afectará especialmente a los viajes de largo radio, en países aún sin inmunidad de grupo.

- Potencial aparición de nuevas variantes del coronavirus, que ralentizarían la recuperación en regiones del planeta, si las vacunas no cubren su actuación.
- El teletrabajo se quedará para siempre: Su influencia reducirá de forma notable los viajes de proximidad. Las herramientas digitales han acelerado las comunicaciones híbrido-presenciales. Ello también suprimirá una parte de los viajes no esenciales.
- Llegada de una nueva generación de viajeros con el “work life balance” en su ADN, donde la generación Millennial y Z son mayoría, y donde los baby boomers, más acostumbrados a viajar por trabajo, se retiran del escenario laboral.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible incluidos en la agenda 2030 favorecerán la cultura de las empresas y viajeros más responsables, con políticas más restrictivas que afectarán a los desplazamientos en los próximos años.

BRAINTRUST presagia un auge de las agencias de viajes especializadas en Business Travel. “Éstas se convertirán en el actor requerido por las empresas que quieran viajar con garantías gracias a su conocimiento, experiencia y

herramientas, con las mejores opciones integradas y automatizadas”.

Sin embargo, organizar viajes de negocio será mucho más complejo en el futuro, por lo que se espera un incremento de agencias, convirtiendo el business travel actual en un negocio de movilidad y comunicación corporativa.

Agilidad en la planeación y ejecución del viaje

A la hora de organizar un viaje de negocios, deberás considerar estos 4 puntos:

1. Factores que afectan a la viabilidad de los viajes corporativos: por ejemplo, los niveles de infección locales y regionales, la demanda de los clientes y las acciones de la competencia.
2. Fuentes de datos relevantes que se utilicen para evaluar estos factores: podrían incluir indicadores de salud pública, encuestas a los clientes, datos de los socios de viajes sobre las tendencias del sector y el comportamiento de la competencia, y precios en tiempo real de los SDG coherentes con los acuerdos corporativos típicos, incluso cuando las clases de tarifas de las aerolíneas sufran reajustes.

“Los viajes de negocio serán más complejos en el futuro ya que se espera un incremento de agencias, convirtiendo el business travel en un negocio de movilidad y comunicación corporativa”

3. La información que necesitan los viajeros: Esto incluye sitios web, mostradores de ayuda al viajero y la mensajería.

4. Políticas de la empresa sobre los viajes de negocios: ¿Qué políticas basadas en la distancia debe cumplir el personal? ¿Deben utilizar coches de alquiler, viajes compartidos, taxis o vuelos? ¿Cómo me aseguraré del cumplimiento de estas normas? ¿Si hay un imprevisto cómo podré enviarle fondos?

Viajar está integrado en nuestras vidas, establecemos conexiones culturales con las personas, los lugares y las experiencias que más valoramos.

Actualmente la tecnología es clave importante en esta nueva etapa generando soluciones que se acercan más a las necesidades de los nuevos viajeros de negocios y sus políticas.

En el mundo empresarial los viajes son a menudo el elemento vital para conectar los negocios que hacen que el mundo cobre vida. Según la Asociación Mexicana de Venta Online, 8 de cada 10 compradores digitales piensan en comprar algún producto o servicio durante estas fechas. 🍷

Nuestra gente

Conociendo a Iván



¿Quién es Iván y cuáles son sus funciones en el área?

Soy amante de lo fresco y de los videojuegos, aproximándome a los 25 años, en una relación amorosa de casi 3 años y futuro ingeniero en Sistemas de Software, gracias a la beca de desarrollo profesional de Edenred. Orgulloso integrante de la unidad de negocio PAY como Analista de producto Empresarial.

Mis principales funciones son la creación de historias de usuarios y Mockups de las nuevas funcionalidades que serán desarrolladas para el producto. Adicionalmente, participo en distintos proyectos del área, lo cual ha sido un gran reto para mí y me ha permitido entender e interactuar con diversas áreas y proveedores externos.

¿Qué es lo que más te gusta de estar en el equipo de producto para Empresarial Edenred?

Nuestra interacción como equipo, la transparencia y comunicación que hemos logrado, así como el constante aprendizaje,

“Llevo poco más de 2 años en el equipo y siempre hay nuevos retos por superar”

llevo poco más de 2 años en el equipo y nunca he dejado de aprender, siempre hay nuevos retos por superar y eso es lo que me gusta.

¿En qué o cómo te inspiras para realizar las nuevas funcionalidades de Empresarial Edenred?

Principalmente, me concentro en entender las necesidades que se requieren cubrir, de esta forma busco cómo implementar estas mejoras en el producto, ya sea en la plataforma web o app móvil, para hacerlo más eficaz. Adicionalmente, investigo sobre nuevos desarrollos y creo bosquejos para plasmar las ideas que voy generando hasta llegar a una versión que resulte funcional y amigable para los usuarios.

¿Alguna vez has sentido simpatía o has estado de acuerdo con un villano de ficción?

Si, con Megamente, por que él mantenía un equilibrio “sano” sin afectar a los demás, es decir, si existe el bien debe existir el mal, pero él solo se enfocaba en dar una buena batalla y un buen espectáculo, donde demostraba ser un gran villano con frases y estilo, haciendo relucir al héroe contrincante.

¿Con qué animal te identificas más y por qué?

Con un perro, en particular con los que son de raza grande, pero internamente siguen siendo cachorros, al igual que ellos, soy leal a las personas que aprecio, familia, amigos y colegas del trabajo.

Me gusta hacer bromas de todo, encontrándole el lado divertido a cada cosa que hago o que sucede a mi alrededor, siempre manteniendo la prudencia, además mi genética no me ayuda mucho y las personas me dicen que aún tengo cara de niño. 🐾



● Integrated Report Edenred 2021 → 2022

Edenred te presenta dentro de este reporte cómo ha sido la **evolución de su operación en los últimos años** y el enfoque que tendrá el plan estratégico de la compañía de cara al futuro.

El propósito de Edenred, presentado en 2021, se enfocó en crear valor sostenible y rentable para compartirlo con todos los involucrados en nuestra operación. Durante el último año, hemos trabajado para enriquecer las conexiones en todo nuestro ecosistema, siempre con el mismo enfoque en el desempeño y la responsabilidad.

Bertrand Dumazy CEO de Edenred, nos compartió su opinión sobre cómo ha sido el desempeño de 5 años atrás hasta el presente:

Podríamos decir que Edenred ha renacido como un nativo digital.

Invertimos fuertemente en tecnología desde 2016 (más de 300 millones de euros este año), Edenred no solo ha revolucionado su modelo de negocio, sino que también se ha establecido como líder de la industria en innovación digital.

Hoy, el 100 % de nuestras nuevas soluciones son digitales y la participación de **nuestro volumen de negocio digital ha aumentado del 70 % al 90 % en cinco años.**

Somos un jugador clave en el pago móvil y las conexiones de aplicación a aplicación: piense que los usuarios de Edenred ahora pueden pedir comida de más de 200 socios de entrega en todo el mundo.

“Edenred está bien posicionada para mantener un crecimiento sostenible y rentable, para 2022 podemos confirmar nuestros objetivos del plan estratégico”

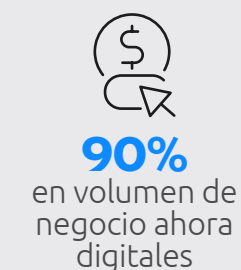
También estamos desarrollando nuevos servicios prometedores en todas nuestras líneas de negocios aprovechando la ciencia de datos y la inteligencia artificial junto con nuestra comunidad de profesionales en datos.

Además, nos compartió su perspectiva para este año y los siguientes...

Edenred tiene muchas fortalezas para aprovechar el ritmo acelerado con el que cambia el mundo laboral. Por ejemplo, tenemos nuestra oferta de Cantina Virtual y nuestras soluciones Beyond Fuel, soluciones que han nacido a raíz de las nuevas necesidades de los clientes. En resumen, Edenred está bien posicionada para mantener un crecimiento sostenible y rentable. Como resultado, para 2022, podemos confirmar los objetivos de nuestro plan estratégico Next Frontier. Y confiamos en el futuro.

Como prueba: **¡Planeamos dar la bienvenida a más de 2,000 nuevos miembros** en nuestro increíble Dream Team! 🍷

Cifras Clave en 2021



Súper Clientes



Estamos orgullosos de contar con clientes como Grupo Aeroméxico, una empresa sólida, que apuesta por mejores soluciones empresariales y tecnológicas, para satisfacer las necesidades de sus clientes, empleados y proveedores.

Este mes reconocemos su esfuerzo y le otorgamos el **“Premio a la innovación**

y globalización en el uso de la solución Empresarial” por ser parte de un proyecto en constante innovación para el desarrollo de nuevas soluciones que nos han permitido implementar con eficacia una estrategia global.

Felicidades por ser parte de los Súper Clientes que nos inspiran a ser mejores. 🇲🇽

Si estás pensando

En organizar un viaje de negocios

● Estamos conectados