

Indicador de viajes de negocios CWT

Resultados regionales del Estudio mundial realizado por CWT

Conclusiones Europa – Viajeros de negocios en movimiento

Es probable que los cielos de Europa sigan ajetreados en 2006. El 49% de los travel managers europeos y el 32% de los viajeros de negocios afirman que habrá más viajes de negocios en 2006. El 15% de los viajeros de negocios cree que viajará menos este año.

Lo que mas molesta en los viajes

En relación con la experiencia de los viajes, la puntualidad de las aerolíneas toma una importancia renovada, ya que el 68% de los viajeros de negocios europeos dice que los retrasos de los vuelos afectan de forma negativa *frecuentemente* (27%) u *ocasionalmente* (41%) a sus viajes. El equilibrio entre vida privada y trabajo está en el segundo puesto, ya que el 50% cita su efecto negativo. Las líneas de seguridad de los aeropuertos ocupan el tercer lugar, ya que el 44% de los viajeros de negocios indica que afectan de alguna forma.

Los viajeros que deberían haber facturado las bolsas de mano demasiado grandes representan la principal fuente de enfado para el 20% de los viajeros de negocios europeos. Inmediatamente después se encuentra la opción de *los pasajeros que molestan*, seleccionada por el 19%. Las opciones de *los bebés que lloran* y *los pasajeros que hablan muy alto por teléfono* empatan en el tercer lugar, con un 14%. Por último, los europeos encabezan la cruzada contra los teléfonos móviles en los vuelos, ya que un 70% rechaza su utilización.

Reservas on-line

Europa tiene que ponerse las pilas para equipararse a las tendencias de reserva por Internet de otras regiones. Tiene la mayor proporción de viajeros de negocios que nunca reservan por Internet, un 32%. La razón que más se suele citar para no hacerlo (40%) es la ayuda de un asistente personal que reserva la mayoría de sus viajes de negocios. El 12% dice que *prefiere el contacto personal de un agente*. Al otro extremo del espectro, casi un tercio de los europeos indica que realiza la reserva por Internet entre el 61% y el 100% de las veces.

Los viajes de negocios a cinco años vista

Aunque los europeos van un poco por detrás de la tendencia de reservas por Internet, como sus homólogos globales, esperan un aumento, consiguiendo que el 90% de los viajeros de negocios y el 87% de los travel managers realicen *virtualmente todas las reservas por Internet* en cinco años. Ambas partes también ven en el horizonte *una facturación de seguridad avanzada* (como el escáner de iris o huellas digitales).

Las aerolíneas de bajo coste

Una inmensa mayoría de los travel managers de todo el mundo (81%) indica que realiza reservas en aerolíneas de bajo coste pocas veces o nunca. Por otra parte, una gran proporción de viajeros de negocios de todo el mundo (38%) afirma que las utiliza más del 20% de las veces. Los europeos son los que menos las utilizan y casi la mitad de los viajeros de negocios (47%) dice que nunca lo hace.

Las expectativas de las empresas

Los travel managers europeos están motivados tanto como sus homólogos de otros países. El 57% dice que el *ahorro de costes* es la expectativa más común de sus altas direcciones. La mayoría de los travel managers europeos (35%) indica también que mostrar un ahorro es el aspecto más gratificante de su trabajo.

El mundo es un pañuelo

Los travel managers europeos no son una excepción en lo referente a tener presente la consolidación global de sus programas de viajes. De hecho, en comparación con la muestra de la encuesta completa, ligeramente la mayoría (29% frente al 26% en total) está en proceso de *realizar una consolidación global y exhaustiva*.

Conclusiones Latinoamérica – Rápido avance

Viajes de negocios en aumento

Latinoamérica irradia la mayor confianza hacia el futuro y, de todas las regiones, predice el mayor crecimiento de los viajes de negocios en 2006, donde un 49% de los viajeros y un 66% de los travel managers encuestados presagian un aumento.

Optimismo on-line

Al pensar en dentro de cinco años, el 90% de los viajeros latinoamericanos cree que es *muy o algo probable* que *virtualmente todas las reservas se hagan por Internet*, reflejando la previsión global del 89%. Los travel managers de la región también predicen un uso extendido de la reserva por Internet en cinco años; el 90% dice que es *muy o algo probable* para todas las reservas, en comparación con el 83% de los travel managers de todo el mundo.

En la actualidad y manteniéndose con la media global, el 38% de los viajeros de negocios latinoamericanos realiza la reserva por Internet del 61% al 100% de las veces; sólo el 15% dice que *nunca* hace la reserva por Internet, que es el porcentaje más bajo citado en una región. Casi un tercio (30%) de los que no realizan reservas por Internet dice que *prefiere el contacto personal con un agente*.

Las aerolíneas de bajo coste están en la cresta de la ola

Latinoamérica es la región en la que parece que las aerolíneas de bajo coste aumentan más. El 72% de los viajeros de negocios y el 56% de los travel managers reconocen que las utilizan en más del 20% de las veces. El 28% de los viajeros de negocios y el 20% de los travel managers indican que las utilizan en el 61% - 100% de sus viajes de negocios.

Desacuerdos

Cuando los viajeros de negocios latinoamericanos evalúan lo que afecta a sus viajes de forma negativa, los *retrasos de los vuelos* comparten el número uno con el *servicio de atención al cliente*. El 65% de los viajeros indica que estos eventos les afectan *frecuentemente* (37%) u *ocasionalmente* (28%).

Asimismo, las *líneas de seguridad de los aeropuertos* puntúan alto; el 27% de los viajeros afirma que sus viajes se ven *frecuentemente* afectados por éstas.

En cuanto a lo que más les fastidia, los viajeros mencionan *los pasajeros que les molestan* (26%) y los *bebés que lloran* (17%). Los viajeros latinoamericanos coinciden con la media global del 61% de todos los viajeros de negocios encuestados en lo referente a no permitir la utilización de los teléfonos móviles durante los vuelos.

Conclusiones Norteamérica - Estabilidad

El panorama de los viajes de negocios de Norteamérica se ha mostrado fuerte y estable en el último año según un análisis regional de la encuesta. Al igual que sus homólogos, la mayoría de los viajeros de negocios (76%) y travel managers (92%) de EE.UU. y Canadá espera que los viajes de negocios *aumenten o permanezcan iguales* en 2006. Los porcentajes son ligeramente inferiores a los que los viajeros de negocios predijeron en la encuesta del año pasado, en la que el 83% esperaba que los viajes *aumentaran o permanecieran iguales* en 2005. Las expectativas de los travel managers de 2005 a 2006 han permanecido relativamente constantes, pasando de un 92% en 2005 a un 94% este año.

Al igual que los resultados del año pasado, las *líneas de seguridad* era, según los norteamericanos, lo que más impacto negativo tenía en los viajes de negocios; no obstante, el *servicio de atención al cliente* ha pasado a preocupar más a los viajeros, indicando el *equilibrio entre trabajo y vida personal* como el segundo aspecto más negativo de los viajes. Las demás opciones permanecieron fieles a las conclusiones del año pasado: *retrasos de los vuelos, asuntos relacionados con la seguridad o el terrorismo, restricciones de la política corporativa de los viajes y temas de gestión de las aerolíneas* (no se preguntaron el año pasado). Asimismo, parece que los viajeros de negocios están mucho menos preocupados este año por los ataques terroristas; el 41% dice que este aspecto nunca afecta a sus viajes, frente al 26% en 2005.

Las previsiones a cinco años

En cuando a la predicción de cómo serán los viajes de negocios dentro de cinco años, los norteamericanos (al igual que sus homólogos de otras partes del mundo) predicen que *virtualmente todas las reservas se realizarán por Internet* (89%) seguido de: *una mayor utilización de la videoconferencia* (87%), *una facturación de seguridad avanzada* (84%), *menos aerolíneas principales y más aerolíneas de descuento* (74%), *reducción del tamaño de la tripulación de los vuelos* (66%), *menos distinción entre la clase turista y la clase preferente* (60%) y *un servicio mejorado de comida y bebida* (33%).

Las principales razones proporcionadas por los viajeros de negocios norteamericanos para no reservar sus viajes por Internet eran: *prefieren el contacto*

personal con un agente de viajes (17%), itinerario complicado (16%), un asistente reserva la mayoría de los viajes (15%) y tienen preguntas que no pueden responderse por Internet (14%).

Lo que más les molesta

Los pasajeros que les rodean, tanto mayores como jóvenes, sigue siendo el aspecto de los viajes que más irrita los viajeros de negocios norteamericanos. La mayor reclamación indicada este año era *los viajeros que guardan el equipaje lejos de sus asientos*, seguido de *los viajeros que no facturan bolsas que deberían ser facturadas*, y en tercer lugar, *los bebés que lloran*. En comparación con el año pasado, *los viajeros que no facturan bolsas que deberían ser facturadas* era lo más irritante, seguido de *los bebés que lloran* y, a continuación, un empate en el tercer puesto entre: *facturaciones de seguridad*, *pasajeros que les molestan al no dejarles leer, trabajar o dormir*, y *viajeros que guardan el equipaje lejos de sus asientos*.

Conclusiones de Asia Pacífico – Adaptación a los tiempos

Los resultados de Asia Pacífico apuntan hacia una perspectiva positiva en general para el sector de los viajes en esta región en 2006, siendo los viajeros de la India los más optimistas.

En términos de experiencia de viajes con un impacto negativo en los viajeros, los *retrasos de los vuelos* afectan al 61% de los viajeros de negocios *frecuentemente* u *ocasionalmente*, sobre todo a los de Australia, la India y Japón. Sin embargo, son los viajeros de negocios chinos los que tienen más probabilidades de verse afectados *frecuentemente* u *ocasionalmente* por las *líneas de seguridad de los aeropuertos*, en comparación con otros viajeros de esta región.

Reserva de viajes por Internet

En Asia Pacífico, los viajeros japoneses son los que se sienten más a gusto al realizar sus reservas de viaje por Internet; el 75% reserva más del 40% de sus viajes de negocios on-line. La mayoría de los viajeros australianos (55%) también reserva sus viajes de negocios por Internet, mientras que sus homólogos de China y la India lo hacen menos a menudo (23% y 17%, respectivamente).

Preferencias de viaje

Al viajar, los viajeros de negocios de Asia Pacífico son los que se sienten irritados con más facilidad por otros pasajeros. Mientras que tanto los australianos como los japoneses son a los que más les molestan los *bebés que lloran*, a los chinos les irritan los viajeros que no facturan el equipaje demasiado grande, y a los viajeros de la India les enoja que otros pasajeros les molesten.

Al igual que los resultados de otras regiones, Oriente Medio encabeza la lista de destinos a los que los viajeros de negocios de Australia, China y Japón tienen más reparos en viajar. No obstante, los viajeros de la India indicaron que se muestran menos predispuestos a viajar a África. Los viajeros de los cuatro países dijeron que se mostraban menos vacilantes a la hora de viajar a Europa.