

## Movilidad internacional: de la cantidad a la calidad

- Reevaluación de los viajes de negocios: sostenibilidad, agitación política y costes influyen
- La seguridad y el bienestar de los empleados, el mayor reto en los desplazamientos internacionales
- El talento internacional requiere de un lugar de trabajo y una política internacional

**21 de julio 2022** – Ahora que la pandemia de coronavirus está llegando a su fin, los empresarios están reevaluando la utilidad y la necesidad de los viajes de negocios y la movilidad internacional. Con la reanudación gradual de los viajes en Europa, la atención se centra más en la calidad que en la cantidad. Las organizaciones se decantan cada vez más por la contratación de talentos locales y no se espera un aumento del número de puestos internacionales. El trabajo internacional a distancia, en cambio, puede ofrecer una solución cuando hay escasez de talento.

Así se desprende del informe extraído de nuestra [Encuesta de movilidad internacional 2022: Tendencias actuales y predicciones futuras para tomar mejores decisiones sobre la movilidad internacional](#) de Aon (NYSE: AON), firma global de servicios profesionales en el ámbito de la gerencia de Riesgos y la consultoría de Recursos Humanos. Para elaborar este informe, Aon encuestó a más de doscientos directivos de diversos sectores para conocer los últimos acontecimientos que les afectan y sus expectativas sobre los viajes de negocios y la movilidad internacional para el próximo año. Los resultados se compararon con la encuesta de 2021 para identificar las tendencias.

### **Reevaluación de los viajes de negocios internacionales; el tráfico aéreo bajo la lupa**

Después de un largo período de escasez o ausencia de viajes, los viajes de negocios en Europa comenzaron a recuperarse en la segunda mitad de 2021. Sin embargo, las empresas están reevaluando el valor de los viajes de negocios internacionales para sus empleados. Los mayores retos para ellos eran la seguridad general (75%) y el bienestar (60%) de sus empleados. Sorprendentemente, las emisiones de CO2 (15%) ocuparon el último lugar en la lista para las organizaciones y empresas.

En 2021, los empleados de ventas (66%) y de dirección (65%), en particular, volvieron a viajar por motivos de trabajo. Las relaciones y la confianza son factores importantes para estos grupos y el contacto cara a cara puede ser muy ventajoso. Sin embargo, no se espera que los viajes de negocios con fines de formación y educación aumenten hasta 2022 o más tarde.

El ROI de un viaje está por encima de todo. El valor real de un viaje concreto para una organización, sus beneficios medibles y la capacidad de demostrar esos beneficios a las partes interesadas internas son ahora los principales criterios utilizados a la hora de evaluar si un viaje es necesario o no. La pregunta que se plantea cada vez más es: ¿es realmente necesario que la gente viaje o serviría una reunión online? Los viajes también exigen más en cuanto al deber de cuidado y la preparación, como el cumplimiento de la legislación y la normativa y la garantía de la seguridad y el bienestar de los empleados. Además, las empresas ya no consideran sagrado el avión como principal medio de transporte para los viajes de negocios. Cada vez son más las grandes empresas que exigen a sus empleados que se desplacen en tren o en coche para los viajes cortos, de menos de 400-700 km.

### **Los puestos internacionales siguen cayendo: se apuesta por el talento local y el trabajo a distancia**

Durante la pandemia, el 32,5% de los empleadores redujo el número de puestos internacionales. Las colocaciones internacionales presentan muchos retos. Según los encuestados, el primero es la

seguridad de los empleados (49,7%). Otros retos clave que mencionaron son la capacidad de trabajar y guiar a alguien en un desplazamiento (36,2%), el cumplimiento legal y normativo (31,9%), la salud de los empleados, la contención de costes, el acceso a la asistencia sanitaria y las prestaciones aseguradas. En base a ello, esperamos que los empleadores reconsideren sus políticas de colocación internacional. Aon ya está observando un cambio y un enfoque creciente hacia la contratación de talento local. El COVID-19 ya ha hecho mella en la confianza de los candidatos en las ofertas. Por lo tanto, esperamos que el estallido de pandemias y guerras reduzca la disposición de los empleados a embarcarse en una aventura internacional. Esto significaría que, a pesar de que se espera un aumento este año, el número de colocaciones internacionales no volverá a los niveles anteriores a la pandemia por el momento.

### **Tendencia al alza del trabajo internacional a distancia**

Existe una tendencia emergente al alza del trabajo internacional a distancia. Muchas personas optan por no trabajar ya online desde casa, sino en una isla tropical o más cerca de su familia, por ejemplo. En algunos sectores, el talento es tan escaso que las personas con las aptitudes necesarias viven en el extranjero y no pueden o no quieren desplazarse. El trabajo a distancia también puede ofrecer una solución a la hora de contratar y retener el talento que tanto se necesita.

Casi el 60% de los encuestados han declarado que el trabajo a distancia internacional es una opción dentro de su empresa. Cuando esto es una posibilidad, también indican que la familia del empleado puede viajar con él (en el 56,7% de los casos) al lugar donde quiere trabajar a distancia.

Cuando se trata de trabajar a nivel internacional, los encuestados reconocen que hay muchos retos. Entre ellos están el cumplimiento de la normativa (54,6%), la seguridad social (51,5%) y los impuestos (49,5%). Sin embargo, el 40% de las organizaciones que practican el trabajo internacional a distancia no tienen políticas o instrucciones en este ámbito. Y una mala gestión de las cuestiones relacionadas con el trabajo en el extranjero puede tener enormes consecuencias. A las compañías también les preocupa cómo preservar la cultura corporativa, la misión y la implicación de los empleados de su empresa si estos apenas acuden a la oficina.

### **Un llamamiento a las políticas de empresa y la comunicación**

Javier Flores, Director de International People Mobility (IPM) de Aon, opina que “la pandemia ha cambiado definitivamente el mundo de los viajes de negocios internacionales, ya que se está produciendo una verdadera reevaluación. Las empresas se preguntan hasta qué punto es necesario un viaje. Factores como el coste, el bienestar de los empleados y el clima determinarán cada vez más si un viaje es necesario. No digo que los viajes de negocios vayan a desaparecer y tienen un verdadero valor añadido en varios sectores, pero está claro que el mundo ya no es el mismo que antes. Esto también se desprende del hecho de que el trabajo internacional a distancia es una tendencia que continúa. Los empleados han experimentado las ventajas que puede ofrecer el trabajo a distancia y quieren seguir haciéndolo e incluso utilizarlo para lograr el mejor equilibrio posible entre la vida laboral y personal.

Sin embargo, es urgente que las empresas elaboren una política clara sobre el tema del trabajo a distancia y determinen qué funciona y qué no. Por muy sencillo que pueda parecer para un empleado coger su portátil para ir a trabajar al extranjero, es una situación más compleja para la compañía. ¿Qué impacto tiene el trabajo en el extranjero sobre los impuestos, la seguridad social, la legislación y la normativa, y las prestaciones aseguradas? ¿Cómo puede alguien mantenerse conectado a su empresa cuando trabaja en una zona horaria diferente y nunca está físicamente en la oficina? Las organizaciones



se enfrentan ahora a todo este tipo de cuestiones y tienen que ponerse a trabajar en ellas. Tienen que formular políticas y luego comunicarlas a su gente".

[Acceso al informe completo](#)

#### **Acerca de Aon**

[Aon plc](#) (NYSE: AON) existe para dar forma a las mejores decisiones, para proteger y enriquecer la vida de las personas en todo el mundo. Nuestros profesionales ofrecen a nuestros clientes en más de 120 países asesoría y soluciones que les aportan la claridad y la confianza para tomar las mejores decisiones con el fin de proteger y hacer crecer su negocio. Para conocer más visite nuestra plataforma de contenidos [NOA](#).

Sigue a Aon en [Twitter](#), [Facebook](#), y [LinkedIn](#).

#### **Contacto**

Aon /Dirección de Comunicación

91 340 51 41 / 629 66 50 63

[dcomunic@aon.es](mailto:dcomunic@aon.es)