

6 formas de construir viajes de negocios sostenibles

Índice

- 3** Introducción
- 5** Importancia de los viajes sostenibles
- 9** 6 formas de construir viajes de negocios sostenibles
- 17** Conclusión
- 19** ¡Contáctenos!



Introducción

09:45 AM
Good morning, Pat.
Welcome to
Terminal C
Your plane is at
gate: 57



Boarding
10:35 AM



Arrival
03:57 PM



Current temperature at your
destination is 80° and sunny.

Enjoy your trip!



Cada vez más organizaciones entienden que gestionar teniendo en mente el impacto socioambiental estimula el éxito organizacional y optimiza la eficiencia, configurando una de las formas más efectivas de retener clientes y colaboradores.

De esta manera, hoy en día, **ajustarnos al nuevo panorama comercial, mucho más consciente del rol de las empresas en la preservación ambiental, ha dejado de ser un plus para convertirse en un poderoso diferencial de mercado** y en un divisor de aguas en cuanto a la fidelización de los diferentes públicos corporativos.

Por lo tanto, **adoptar una programas sostenibles es esencial para que las estrategias empresariales generen buenos resultados y, por consiguiente, una mejor rentabilidad.**

Si ha descargado nuestro material, es porque realmente le interesa conocer más detalles acerca de este tema y así, reestructurar su política de viajes a punto de convertirla en una gran ventaja competitiva.

Entonces, le recomendamos que lea nuestro material hasta al final, pues en los próximos párrafos encontrará información sobre la **importancia de los viajes sostenibles, qué representa la sostenibilidad para las empresas de hoy en día y algunas maneras de optimizar la sustentabilidad en los viajes de negocios.**

¡Acompáñenos y descubra todo lo que siempre quiso saber sobre este asunto!



Importancia de los viajes sostenibles



En estos últimos tiempos, el perfil de consumo ha sido fuertemente impactado por la conciencia ecológica exigiendo, de este modo, que las empresas tengan en mente que sus acciones repercutan en el contexto ambiental.

En efecto, **el 81% de los consumidores creen que las empresas deben ayudar a mejorar el medio ambiente.** Esto significa que una buena parte de esa fuerza consumidora tiende a elegir marcas que se preocupan con el efecto que causan a nivel ambiental y buscan medios eficientes de mitigar dichos problemas.

Estos cambios en la perspectiva de los consumidores han estimulado que cada vez más empresas se rindan a las nuevas tendencias y acaparen a la sostenibilidad como uno de sus principales pilares corporativos.=

De acuerdo con una **encuesta realizada por SAP Concur abarcando 2450 responsables de viajes de negocios y 2000 viajeros de negocios de 11 países y 13 rubros**, la sustentabilidad se está convirtiendo en un factor determinante del éxito empresarial.

De acuerdo con los responsables de viajes esto se refleja en un valor empresarial real. Tanto es así que, **el 98% de las empresas está dispuesta a invertir más en los viajes corporativos con la intención de optimizar su sustentabilidad.**



Bajo esta perspectiva, **el 45% de los gestores cree que una política de viajes sostenible optimizaría el valor de la marca y el 59% de los responsables de viajes opta sin duda alguna por los viajes sostenibles.**

Sin embargo, solo **6 en cada 10 profesionales creen estar completamente capacitados para estructurar una política más sostenible** dentro de su organización. ¡Y, en definitiva, muy pocos consiguen por sí solos!

En lo que concierne a este punto, **el 38% señala que la falta de datos e información es el principal obstáculo a la sustentabilidad.** Además, existe otro factor que puede afectar significativamente el éxito de dicha política: la fuerza de trabajo.





Básicamente, si se desea incrementar los resultados de este tipo de estrategia, es indispensable estimular que el grupo humano corporativo alinee su comportamiento a las mejores prácticas indicadas por la empresa.

Ante el contexto de recursos humanos, la encuesta realizada por SAP Concur obtuvo que el **77% de los viajeros de negocios prefiere empresas con políticas de viajes sostenibles** y el 97% de los colaboradores está dispuesto a dedicar más tiempo si ello implica el aumento de la sostenibilidad en los trayectos.

En efecto, esta información es extremadamente valiosa, en especial, si consideramos que son los viajeros quienes ponen en marcha las acciones sostenibles por lo que estimular su compromiso con la política empresarial es esencial para obtener buenos resultados.

Por lo tanto, es posible señalar que la sustentabilidad se ha posicionado como una de las principales prioridades tanto de los gestores como de los viajeros corporativos.

A man with dark hair, a beard, and glasses is looking down at a smartphone in his right hand. He is wearing a dark green sweater over a light-colored collared shirt. The background shows a modern office with large windows and a computer monitor to the right.

6 formas de construir viajes de negocios sostenibles



Ahora que ha descubierto la importancia de promover la sostenibilidad en su negocio, es hora de presentarle cómo incluirla en el programa de viajes de su empresa.

1. Campañas de comunicación interna

Para alcanzar los objetivos inherentes a los viajes sostenibles, es imprescindible que las empresas concienticen a sus colaboradores acerca de la relevancia de adoptar una política ecológicamente eficiente no solo por el hecho de mejorar la imagen corporativa en el mercado, sino también en virtud del contexto climático y ambiental global.

Por este motivo, las compañías deben **estimular la transformación y la consciencia sostenible por encima incluso, de la conveniencia** adoptando medidas que promuevan comportamientos orientados a la economía sin perder cuidado de la responsabilidad ambiental.





En este sentido, es posible implementar una gran suerte de alternativas como optar por viajes un poco más largos si esto significa un aumento del nivel de sostenibilidad de la jornada.

De hecho, según la investigación efectuada por nuestra empresa, **el 34% de los viajeros están dispuestos a dedicar entre 2 y 4 horas en la búsqueda de opciones más sustentables y el 26% se inclinan a elegir viajes más largos— entre 4 y 8 horas— en virtud de ser una alternativa más sostenible.**

Por lo tanto, es visible que la fuerza de trabajo está mucho más comprometida con el medio ambiente y quiere participar de forma activa en el desarrollo y en la implementación de prácticas que minimicen el efecto negativo de los viajes en la ecología.

Además de poner en marcha estrategias específicas, es interesante desarrollar acciones de incentivo enfocadas en la selección de viajes sustentables y reconocer el logro de cada profesional que las priorizan difundiendo su nombre entre los equipos de trabajo.



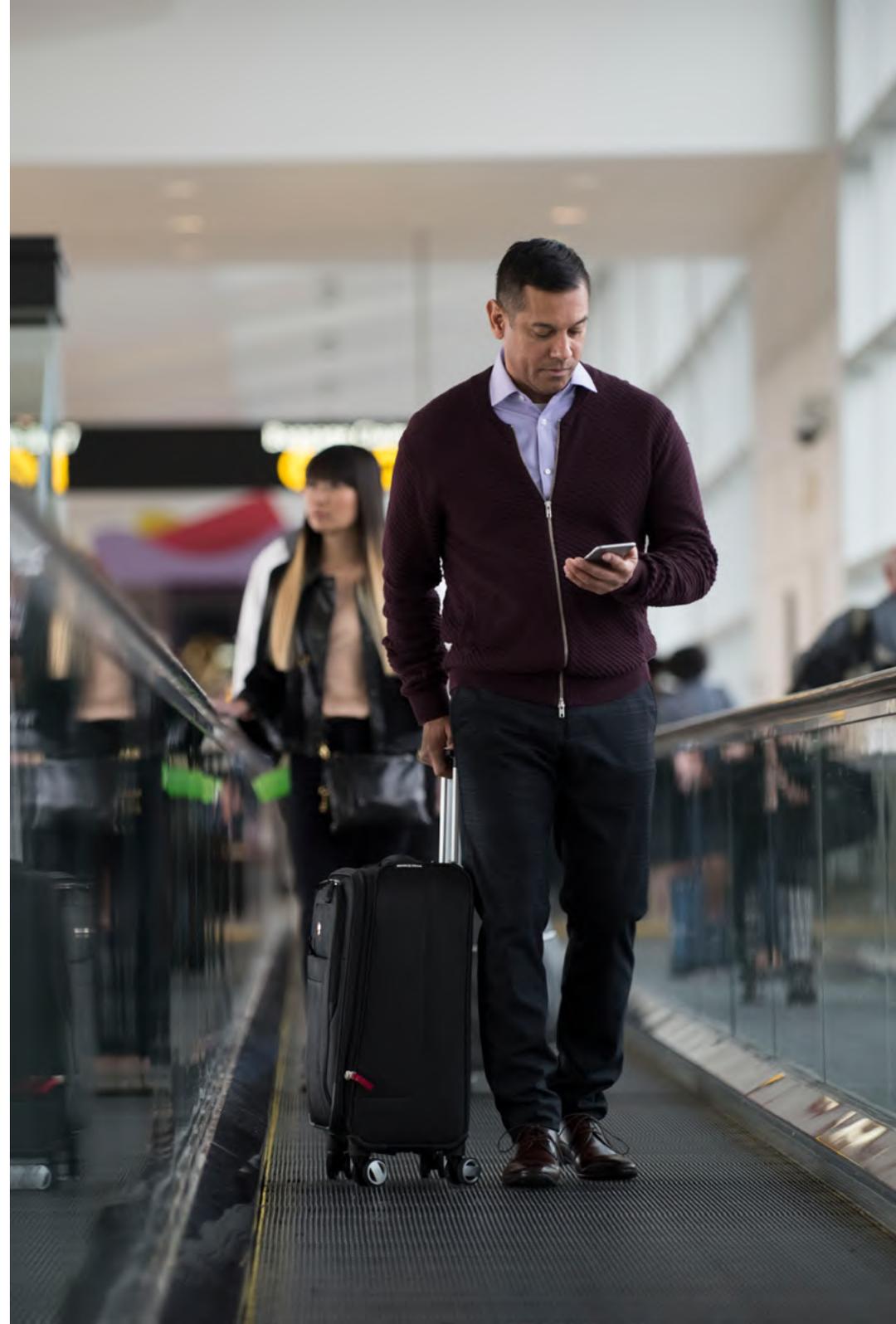
2. Verificar si el viaje es definitivamente necesario

Antes de planificar un viaje, el gestor debe evaluar cuidadosamente si esa es la mejor alternativa y si no existe la posibilidad de ejecutar las actividades desde el sitio de origen.

Básicamente, cuando buscamos formas de solucionar situaciones a distancia incorporando soluciones de tecnología, es posible no solo disminuir la huella de carbono, sino también economizar recursos empresariales. En consecuencia, la empresa gana bajo 4 perspectivas diferentes:

- Conquista más clientes en virtud de su compromiso ambiental;
- Reduce sus costos;
- Contribuye a la preservación ecológica;
- Aumenta su nivel de rentabilidad.

En definitiva, limitar el número de viajes es interesante tanto para el medio ambiente como para la realidad financiera del negocio.





3. Informar las alternativas de vuelos acordes con las emisiones

Entre las principales medidas que una empresa **eco-friendly** debe considerar frente a la necesidad de reestructurar su política de viajes, destacamos la selección de vuelos con un menor potencial de emisión de agentes tóxicos.

En la actualidad, el uso de recursos tecnológicos específicos ha permitido acceder rápidamente a ese tipo de información identificando, de este modo, alternativas menos tóxicas.

Al contar con este dato, puede informar a su equipo cuáles son las alternativas más interesantes y qué opciones cuentan con un **mejor costo-beneficio**. En este sentido, vale recordar que viajar en la clase económica recurriendo a vuelos directos y sin escalas asegura que las emisiones de carbono se distribuyan entre más personas, lo que conlleva a una reducción en el envío de los gases contaminantes a la atmósfera.



4. Priorizar opciones de hospedaje y de transporte más sostenibles

De la misma manera que ocurre con los vuelos, las empresas que buscan incorporar una estrategia de viajes sostenibles necesitan **firmar alianzas con alternativas de hospedaje que tengan una política de sustentabilidad alineada con la suya.**

Para ello, es interesante hacer una detenida investigación de mercado con la finalidad de encontrar hoteles que pongan en marcha acciones de sostenibilidad como emitir recibos electrónicos estimulando así, disminuir e incluso eliminar el uso inadecuado de papel.

Además de favorecer soluciones de hospedaje ecológicamente correctas, es interesante que su organización favorezca la utilización de transporte eco-friendly.

Por lo general, los transportes colectivos como ómnibus emiten un gran flujo de gases tóxicos, sin embargo, ese volumen se divide entre sus numerosos pasajeros por lo que constituye una alternativa viable.

Otra solución interesante consta de la **renta de autos híbridos**, una vez que este tipo de vehículo logra una mayor economía de combustible emitiendo menos emisiones que los vehículos convencionales con motor de combustión interna.





5. Capacitar a los colaboradores acerca de la sostenibilidad

Más allá de informar sobre la importancia, la empresa debe asegurar que los viajeros entiendan su papel en la sostenibilidad de los viajes corporativos.

Para eso, nada mejor que apostar en capacitaciones que enseñen las mejores prácticas, expliquen a detalle la política sustentable del negocio y abran espacio para la resolución de dudas.

En efecto, los colaboradores están cada vez más interesados en aprender acerca de este tema, tanto es así que, en la investigación de SAP Concur, se obtuvo que **el 39% de los viajeros de negocios quieren que sus compañías desarrollen capacitaciones relacionadas con los viajes sostenibles.**

Es decir, el interés es nítido y genuino por lo cual incentivarlos a implementar prácticas ecológicamente adecuadas se ha convertido en un reto posible desde que se lleven a cabo acciones que fomenten tal comportamiento como **seminarios y cursos cortos.**



6. Optimizar la **gestión de datos**

En el estudio señalado anteriormente, se verificó que **el 82% de las empresas con procesos de gestión de datos excepcionales consideran que tienen políticas de viajes corporativos altamente rentables.**

Ante esa perspectiva, es importante tener en mente que conocer los datos históricos de los diferentes viajes corporativos permite identificar aspectos que puedan comprometer el desarrollo y/o los buenos resultados de las acciones sostenibles.

De hecho, **tener datos de calidad puede hacer que su empresa sea 5 veces más sostenible**, por lo tanto, es indispensable asegurar que el flujo informacional tenga procedencia confiable y que la toma de decisión se fundamente en datos sólidos y seguros.

Bajo este panorama, los gestores de viajes necesitan adoptar recursos que les permitan acceder rápidamente a información fiable en tiempo real mejorando, de este modo, la calidad de sus estrategias de sustentabilidad.

En esencia, para tener disponible la cantidad necesaria de datos, es recomendable que las empresas inviertan en soluciones que permitan:

- Obtener reportes de la huella de gastos de efecto invernadero para transporte aéreo, automotriz, ferroviario y/o terrestre;
- Integrarlas con sus datos obteniendo así, un seguimiento en tiempo real para medir los viajes evitados y las opciones más ecológicas;
- Realizar revisiones periódicas sobre las emisiones de carbono de los viajes corporativos;
- Ahondar en los detalles para analizar las emisiones por empleado, por ruta, por departamento o cualquier otra categoría;
- Conocer tendencias por ciudad o definir si desea promover acciones más ecológicas en su entorno;
- Evaluar los resultados y medir el progreso de las acciones sostenibles de los viajes corporativos.

De esta manera, un software de última generación que posibilite acceder y analizar diferentes puntos acerca del panorama de viajes sostenibles, puede contribuir ampliamente para una toma de decisión más acertada y orientada a potencializar aún más las medidas de responsabilidad ambiental colaborando, de este modo, para un mejor posicionamiento de la marca.



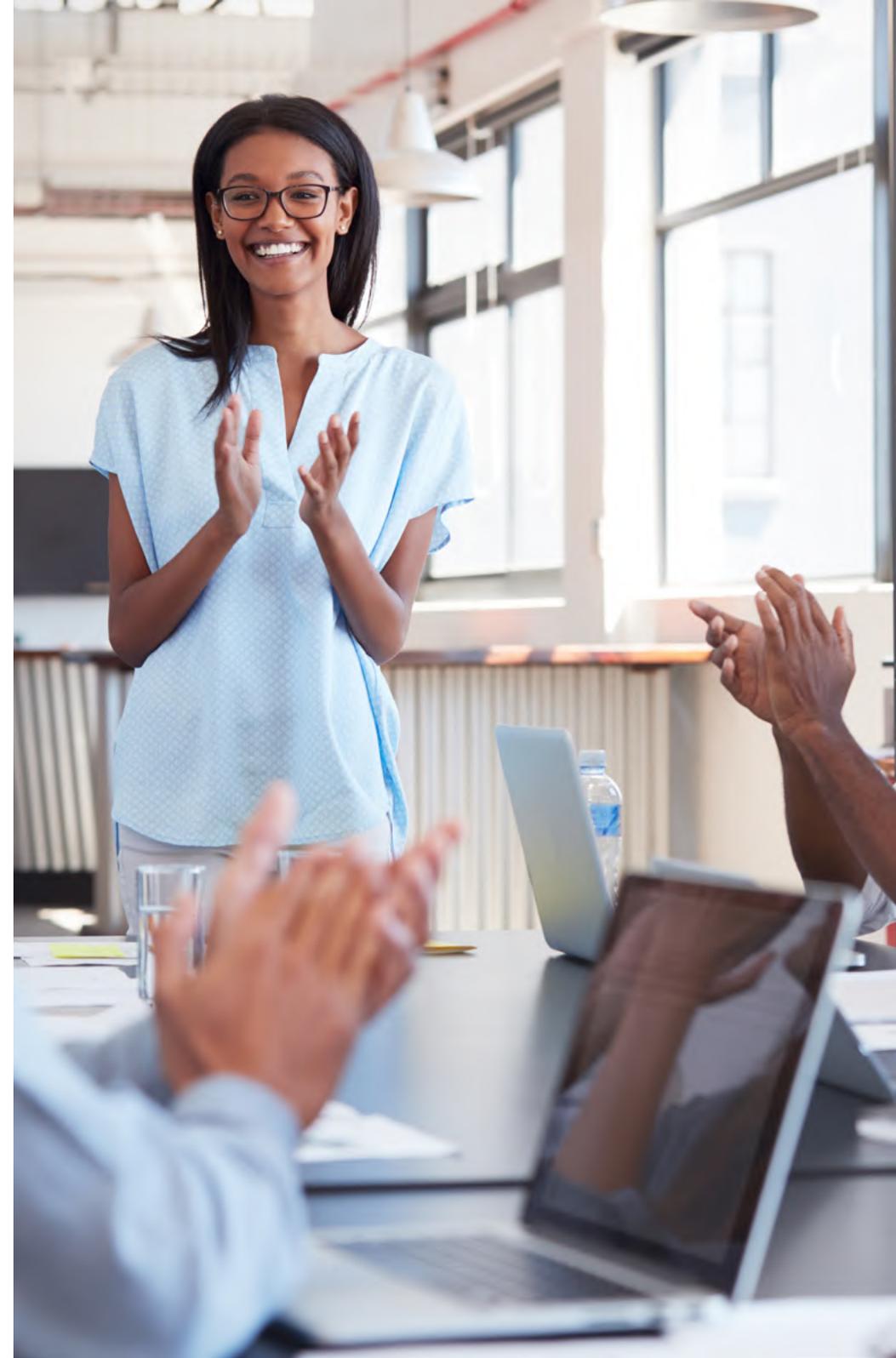
Conclusión



¡Hasta aquí hemos llegado!

Esperamos que haya entendido nuestras explicaciones, se sienta entusiasmado para iniciar su política y tenga presente que incorporar una estrategia de viaje sustentable se ha transformado en una necesidad para las empresas que desean posicionarse como organizaciones ecológicamente sostenibles y alcanzar así, un diferencial de mercado.

Como puede ver, tener éxito en el desarrollo de estas acciones demanda conocimientos específicos y la consideración de una serie de medidas que fomenten mejores resultados, tal como las que señalamos detenidamente en nuestro contenido.





¡Contáctenos!



¿Está ansioso por iniciar las modificaciones en su empresa? Entonces, ¡este es el momento ideal para mejorar el programa de viajes de su empresa orientado a la sostenibilidad!

Si quiere llevar a cabo esta transformación contando con el apoyo de soluciones integradas de gestión de viajes y gastos, SAP Concur puede ofrecerle la herramienta adecuada para su empresa.

¡Estamos a su disposición para lo que necesite!

LATAM

Clara Stagno

Market Development Representative

Teléfono: +541155443772

México

Romina González Sandoval

Market Dev Team Leader

Teléfono: +52 (55) 1250 7673

¡Lo esperamos!

Follow SAP Concur



Learn more at concur.com

EB DESCRIPTION enUS (YY/MM)

© 2021 SAP SE or an SAP affiliate company. All rights reserved.

No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or for any purpose without the express permission of SAP SE or an SAP affiliate company.

The information contained herein may be changed without prior notice. Some software products marketed by SAP SE and its distributors contain proprietary software components of other software vendors. National product specifications may vary.

These materials are provided by SAP SE or an SAP affiliate company for informational purposes only, without representation or warranty of any kind, and SAP or its affiliated companies shall not be liable for errors or omissions with respect to the materials. The only warranties for SAP or SAP affiliate company products and services are those that are set forth in the express warranty statements accompanying such products and services, if any. Nothing herein should be construed as constituting an additional warranty.

In particular, SAP SE or its affiliated companies have no obligation to pursue any course of business outlined in this document or any related presentation, or to develop or release any functionality mentioned therein. This document, or any related presentation, and SAP SE's or its affiliated companies' strategy and possible future developments, products, and/or platforms, directions, and functionality are all subject to change and may be changed by SAP SE or its affiliated companies at any time for any reason without notice. The information in this document is not a commitment, promise, or legal obligation to deliver any material, code, or functionality.

All forward-looking statements are subject to various risks and uncertainties that could cause actual results to differ materially from expectations. Readers are cautioned not to place undue reliance on these forward-looking statements, and they should not be relied upon in making purchasing decisions.

SAP and other SAP products and services mentioned herein as well as their respective logos are trademarks or registered trademarks of SAP SE (or an SAP affiliate company) in Germany and other countries. All other product and service names mentioned are the trademarks of their respective companies. See www.sap.com/trademark for additional trademark information and notices.

Follow all of SAP



www.sap.com/contactsap

EB DESCRIPTION enUS (YY/MM)

© 2021 SAP SE or an SAP affiliate company. All rights reserved.

No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or for any purpose without the express permission of SAP SE or an SAP affiliate company.

The information contained herein may be changed without prior notice. Some software products marketed by SAP SE and its distributors contain proprietary software components of other software vendors. National product specifications may vary.

These materials are provided by SAP SE or an SAP affiliate company for informational purposes only, without representation or warranty of any kind, and SAP or its affiliated companies shall not be liable for errors or omissions with respect to the materials. The only warranties for SAP or SAP affiliate company products and services are those that are set forth in the express warranty statements accompanying such products and services, if any. Nothing herein should be construed as constituting an additional warranty.

In particular, SAP SE or its affiliated companies have no obligation to pursue any course of business outlined in this document or any related presentation, or to develop or release any functionality mentioned therein. This document, or any related presentation, and SAP SE's or its affiliated companies' strategy and possible future developments, products, and/or platforms, directions, and functionality are all subject to change and may be changed by SAP SE or its affiliated companies at any time for any reason without notice. The information in this document is not a commitment, promise, or legal obligation to deliver any material, code, or functionality.

All forward-looking statements are subject to various risks and uncertainties that could cause actual results to differ materially from expectations. Readers are cautioned not to place undue reliance on these forward-looking statements, and they should not be relied upon in making purchasing decisions.

SAP and other SAP products and services mentioned herein as well as their respective logos are trademarks or registered trademarks of SAP SE (or an SAP affiliate company) in Germany and other countries. All other product and service names mentioned are the trademarks of their respective companies. See www.sap.com/trademark for additional trademark information and notices.