

**No es a dónde se dirige,
sino cómo va a llegar.**

**8 cosas que sus colegas están haciendo para lograr
viajes sustentables.**

THE BEST RUN



Índice



Los viajes nunca volverán a ser iguales. Afortunadamente.



Un año dedicado a trabajar desde el sofá o desde la mesa de la cocina nos ha enseñado que todavía somos capaces de realizar grandes cambios. Nos mostró que podemos hacer lo que antes se consideraba improbable, si no imposible. Ahora, conforme vamos retomando de manera cuidadosa las carreteras, y los cielos, debemos evitar volver al piloto automático.

Debemos hacer otro gran cambio y volver a hacer lo imposible: Debemos redefinir la manera de gestionar viajes y gastos, replanteándonos nuestros programas y haciéndolos sustentables.

Esta guía le ayudará a empezar. Aunque este será un esfuerzo continuo que siempre mejorará, los consejos que encontrará aquí trabajan en todos los sectores y en todo el mundo. Esta información se basa en una serie de entrevistas con gerentes de viajes y directores de adquisición de la comunidad global de clientes de SAP Concur. Sus perspectivas mostrarán por dónde empezar, cómo progresar y lo que se necesita para seguir adelante.



Sugerencia #1

Alcance el éxito.

Nada tiene éxito sin los ejecutivos Nivel-C. Por lo tanto, la participación y conseguir su pronta aceptación es fundamental para cualquier esfuerzo, y mucho más uno tan importante como los viajes sustentables. Su respaldo aporta credibilidad a sus esfuerzos pero, para conseguirlo, tendrá que demostrar que *sus* objetivos de sustentabilidad coinciden con *sus* objetivos para la organización.

Al igual que sus compañeros, necesitará tener conversaciones difíciles sobre los costos duros, ya que los viajes amigables con el medio ambiente a menudo cuestan más. Así que querrá traerles los datos que demuestran por qué vale la pena.

Tendrán que trabajar juntos para cambiar la mentalidad sobre cuándo viajar, porque sentarnos sobre la mesa no es la única forma de hacer negocios. Como todos hemos visto este año, el trabajo remoto es un trabajo. Lo que funciona aún mejor es asegurarse de que cada viaje sea un *viaje con un propósito*.

También deberá establecer objetivos claros y medibles en una era de incógnitas. Actualmente, por ejemplo, no hay normas bien definidas para el seguimiento de las emisiones de las aerolíneas, por lo que tendrá que ser diligente a la hora de encontrar formas de ser preciso.

Consejo práctico:

Examine sus objetivos de sustentabilidad corporativa y haga amigos con las personas que los dirigen. Luego, hable con los ejecutivos sénior con la mayoría de los viajeros en su equipo, y súmelos a la conversación también. Estos serán los patrocinadores de los viajes sustentables y no llegará a ningún lugar sin su participación total.

Sugerencia #2 Piense en grande.

La sustentabilidad es una tarea enorme pero hacerlo bien requiere ideas aún mayores y la capacidad de ver una imagen mucho más amplia. De hecho, se trata de algo más que de medidas medioambientales tradicionales y de viajes en sí: Las compañías verdaderamente sustentables cubren cuestiones al igual que la diversidad y la inclusión, la igualdad y la accesibilidad.

Por ejemplo, los programas de sus compañeros incluyen y apoyan:

- **Proveedores diversos e inclusivos que incluyen compañías propiedad de minorías y mujeres, compañías pequeñas y otros proveedores que necesitan estar en su radares y formar parte de su programa.**
- **Medidas de accesibilidad que satisfacen las necesidades de todos y cada uno de los viajeros.**
- **Derechos humanos, asegurándose que todos los proveedores del sistema se comprometen con un empleo justo y equitativo.**
- **Conciencia ecológica, trabajando con proveedores que tienen estrategias medioambientales claras, que van desde compromisos neutrales en carbono hasta su enfoque en los plásticos de un solo uso.**

Piense en grande con sus iniciativas pero, al igual que las compañías con prácticas de viajes y gastos sustentables más experimentadas, planee a largo plazo. Tardará meses en reunir su estrategia, meses más en difundir su mensaje, y es posible que no empiece a ver los resultados hasta su segundo o tercer año.



Consejo práctico:

Prepárese para ser el centro de atención. A medida que su organización progrese en otras iniciativas de sustentabilidad, los viajes se convertirán en una parte más importante del pastel. Una compañía de tecnología, por ejemplo, cambió todo su centro de datos a energía renovable y, posteriormente, los viajes se convirtieron en un enfoque mucho mayor para el negocio y sus constituyentes.



Sugerencia #3 Evite el “ecoblanqueo”

La plantación de árboles es buena, pero no salvará al mundo. Si su estrategia de sustentabilidad no está centrada en el cambio real, si simplemente grita: “¡Mírenos! ¡Somos ecológicos!”, hará más daño (al menos a su reputación) que bien.

Asegúrese de que su organización se dedique a la mejora real y comprométase a un enfoque basado en la ciencia con objetivos basados en el impacto medible. A continuación, muestre los números: Proporcione datos sobre lo que está haciendo y cómo funciona. De esta forma, puede medir y demostrar los efectos de sus esfuerzos, en toda su organización y a lo largo de su cadena de suministro. Asegúrese de ver resultados reales antes de contar su historia de sustentabilidad, ya sea interna o externamente.

Si bien plantar árboles para compensar las emisiones es un buen punto de partida, no es un sustituto de una estrategia legítima de sustentabilidad.

Consejo práctico:

No lo haga solo. Empiece trabajando con su TMC: tendrán perspectivas, ideas y recomendaciones para diseñar su programa y medir su éxito. A continuación, eche un vistazo a la iniciativa [Science Based Targets](#), [LEED](#), [Green Key](#), [Green Globe](#), [EU Ecolabel](#) y otras organizaciones que crean y miden objetivos de protección climática.

Sugerencia #4 Aproveche al máximo el impulso de los empleados.

Si sus viajeros aún no hablan de sustentabilidad, lo harán, y usted los escuchará.

Sus compañeros y competidores tienen sus bandejas llenas de los nuevos empleados y de sus viajeros frecuentes, y es un tema frecuente en los foros de viajes, donde los empleados están haciendo preguntas difíciles y respuestas exigentes.

La gente quiere cambiar, y la pasión que sus empleados sienten por este problema ayudará a impulsar sus iniciativas. Aproveche su energía y sus perspectivas, utilice sus ideas para impulsar su programa y muestre a los Niveles-C que toda la organización está detrás del esfuerzo.

Aquí está la prueba. Según el [Índice de sustentabilidad de viajes corporativos de SAP Concur \(2020\)](#):

- El 97% de los viajeros están preparados para invertir más tiempo de viaje en la búsqueda de opciones más sustentables.
- El 67% sigue creyendo que volará mucho menos en 10 años debido a las preocupaciones medioambientales.

Consejo práctico:

Escuche lo que sus viajeros tienen que decir y haga todas las preguntas que pueda: ¿Qué significa la sustentabilidad para ellos? ¿Qué es lo que más importa? ¿Qué “compensación” están dispuestos a dar para garantizar que sus viajes sean más sustentables? ¿Quieren herramientas para medir su huella o impulsar elecciones sustentables? Sus respuestas le ayudarán a comprender a su público y a medir su progreso.





Sugerencia #5

Dígalo.

Los empleados quieren conocer su perspectiva, comprender su enfoque y ver cómo funciona su estrategia. Quieren saber qué impacto están teniendo y cómo pueden fortalecer su programa. De nuevo, muestre los datos relacionados con la huella de carbono de su compañía, la cantidad de agua ahorrada por el cambio de proveedores de hoteles, el impacto de tomar vuelos sin escalas. Muéstreles todo, porque cuanto más sepan, más pueden ayudar.

Sus compañeros utilizan varios canales de comunicación para ofrecer un flujo constante de información y educación sobre sustentabilidad, demostrando lo que significa para su negocio, cómo están midiendo su impacto, dónde se encuentran y hacia dónde se dirigen. También están compartiendo detalles sobre lo que se espera de los empleados y el impacto de sus contribuciones.

La comunicación coherente mantiene a sus equipos unidos y centrados, incluso cuando el mensaje significa compromiso. No todos podemos volar en primera clase y seguir cumpliendo los objetivos de sustentabilidad, pero la comunicación abierta y honesta mantiene a los empleados comprometidos con la causa.

Consejo práctico:

Traiga a los empleados con usted. Cree un grupo piloto que pueda ofrecer comentarios a medida que evalúa su programa, considere ajustes, agregue incentivos y cree políticas. Su aportación hará que sus esfuerzos sean más eficientes y ayudará a mejorar su comunicación.

Sugerencia #6 Contrate Recursos Humanos

Con las palabras de uno de sus compañeros, “Si no se aborda el problema en conjunto con Recursos Humanos, solo va a ser la mitad de bueno de lo que puede ser”.

El viaje sustentable comienza con una cultura de compañía que valora, fomenta y recompensa las decisiones y comportamientos sustentables. La cultura es lo que mejor hacen los líderes de Recursos Humanos. Además, Recursos Humanos es el centro de la compañía para la experiencia, la educación y la comunicación de los empleados, por lo que son un aliado fundamental para involucrar y educar a los viajeros. Por último, los líderes de Recursos Humanos pueden ayudar a definir cómo los líderes sénior pueden ser un modelo a seguir y fomentar los viajes sustentables como prioridad para la organización.

Siga el ejemplo de sus compañeros y vaya a Recursos Humanos al principio del proceso. Es probable que sean socios entusiastas, porque ser una compañía socialmente responsable y sustentable no es solo bueno para el medio ambiente. También es valioso para atraer y retener a talentos cualificados de alto rendimiento.



Consejo práctico:

La sustentabilidad de los viajes puede ayudar a mejorar el reclutamiento y la retención. El 79% de los viajeros de entre 25 y 39 años, de hecho, estaría más inclinado a trabajar para una compañía que priorice la sustentabilidad.*Para involucrar a Recursos Humanos, muéstreles cómo sus esfuerzos ayudarán a alcanzar sus objetivos.

Índice de sustentabilidad de los viajes corporativos, SAP Concur, 2020

Sugerencia #7 Empiece por el abastecimiento y las políticas

El concepto de sustentabilidad es genial pero ¿cómo lo hace realidad? Se asegura de que forma parte de cada política y de que forma parte de cada relación con los proveedores. Debe incluirse en sus negociaciones iniciales y revisiones trimestrales con los proveedores, y ambas partes deben tener claro los objetivos y la capacidad de cumplirlos.

Como parte de este esfuerzo, querrá anotar la sustentabilidad en sus contratos. Una de sus compañías homólogas, por ejemplo, ofreció ventajas financieras a una aerolínea clave si esa aerolínea alcanza los umbrales de ahorro de carbono.

También puede trabajar con proveedores para ayudar a involucrar a sus propios empleados. Por ejemplo, algunos proveedores tienen programas que ayudan a los viajeros a hacer un seguimiento de sus elecciones sustentables y a compartir los resultados a través de los canales sociales.

Por último, puede seguir el ejemplo de sus compañeros y observar cada tipo de proveedor para ver dónde puede mejorar.

Aerolíneas: Establezca políticas que promuevan los vuelos directos, ya que utilizan menos combustible que varios aterrizajes y despegues. Además, colabore con las compañías aéreas para obtener una imagen clara de sus iniciativas de combustible de aviación sustentable (SAF), y tenga esto en cuenta en sus contratos.

Hoteles: Asegúrese de que sus hoteles contratados siguen criterios de alta sustentabilidad, que estén certificados por sus organizaciones industriales y utilizan fuentes de medición creíbles, como las calificaciones LEED.

Renta de automóviles/Servicio de fletes: Ponga límites de emisiones y las clasificaciones de kilometraje en los coches de alquiler que utilizan sus viajeros. Si tiene su propia flota, aplique las mismas pautas y trabaje para comprar vehículos híbridos o eléctricos.

Consejo práctico:

Aproveche una nueva era de viajes. La COVID-19 rompió el ciclo de “lo que siempre hemos hecho” y, cuando empiece a viajar de nuevo, será más fácil adaptar sus políticas y establecer nuevos hábitos. Además, los empleados están pensando cada vez más en el impacto de sus viajes y están preparados para un nuevo enfoque.



Sugerencia #8

Apunte a los
viajeros en
la dirección
correcta en
el punto de
compra.

La gente quiere hacer lo correcto, pero a menudo necesitan orientación sobre lo que realmente es correcto. Con tanta información en el aire, desde los plazos hasta los costos y problemas de sustentabilidad, los viajeros pueden confundirse durante el proceso de reservación.

Guíelos a través de estas variables con elecciones claras y consejos sencillos *mientras* hacen reservaciones, y ayudará a crear cambios a largo plazo en su comportamiento.

No olvide recompensar sus acciones: Muéstreles los resultados de sus esfuerzos tanto a nivel individual como de equipo, para que puedan ver cómo sus elecciones benefician al negocio y al entorno.

Consejo práctico:

Use la culpa a su favor. Si no establece mandatos en cuanto a sustentabilidad, considere utilizar mensajes y alertas dentro de su experiencia de reservaciones para recordar a los viajeros el impacto de sus elecciones y que tienen otras opciones. Esta “culpa visual” puede cambiar su comportamiento.

A photograph of three business professionals walking and talking in a city street. On the left, a man in a light blue shirt and tie. In the center, a woman in a beige blouse and glasses holding a folder. On the right, a man in a dark suit and tie. They are all smiling and engaged in conversation.

Mantenga la conversación sobre la sustentabilidad en marcha.

Hable con sus compañeros, vea lo que están haciendo, haga las preguntas difíciles y comparta sus desafíos. Suba también a SAP Concur a la conversación para ver cómo sus soluciones pueden ayudarle a seguir avanzando.

Para empezar:

- Hable con su gerente de cuenta sobre los objetivos de sustentabilidad de su organización.
- Participar en la conversación de sustentabilidad dentro de la [comunidad SAP Concur](#).
- [Visite el Centro](#) de Recursos para obtener más información.

Síguenos en



concur.com.mx

Libro electrónico sobre sustentabilidad en EE. UU. (21/4)

© 2021 SAP SE o una compañía afiliada de SAP. Todos los derechos reservados.

Ninguna parte de esta publicación puede reproducirse o transmitirse en cualquier forma o para cualquier fin sin el permiso expreso de SAP SE o de una compañía afiliada de SAP.

La información contenida en el presente puede cambiar sin previo aviso. Algunos productos de software comercializados por SAP SE y sus distribuidores contienen componentes de software patentados de otros proveedores de software. Las especificaciones nacionales del producto pueden variar.

SAP SE o una compañía afiliada de SAP proporcionan estos materiales solo con fines informativos, sin declaración o garantía de cualquier tipo y SAP o sus compañías afiliadas no serán responsables de errores u omisiones con respecto a los materiales. Las únicas garantías de los productos y servicios de SAP o de una compañía afiliada de SAP son las que se establecen en las declaraciones de garantía expresas que acompañan esos productos y servicios, si las hubiera. Ninguna parte de este documento debe interpretarse como una garantía adicional.

En particular, SAP SE o sus compañías afiliadas no tienen ninguna obligación de seguir un curso de negocios descrito en este documento o cualquier presentación relacionada, ni de desarrollar o publicar cualquier función aquí mencionada. Este documento, o cualquier presentación relacionada, y la estrategia y posibles desarrollos, productos, plataformas, instrucciones o funciones futuros de SAP SE o de sus compañías afiliadas están sujetos a cambios y SAP SE o compañías afiliadas pueden cambiarlos en cualquier momento y por cualquier motivo sin previo aviso. La información en este documento no constituye un compromiso, promesa u obligación legal para brindar cualquier material, código o función. Todas las declaraciones prospectivas están sujetas a varios riesgos e incertidumbres que podrían causar que los resultados reales difieran sustancialmente de las expectativas. Se advierte a los lectores que no depositen una confianza excesiva en estas declaraciones prospectivas, y no deben basarse en ellas para tomar decisiones de compra.

SAP y otros productos y servicios de SAP aquí mencionados, al igual que sus respectivos logotipos, son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de SAP SE (o de una compañía afiliada de SAP) en Alemania y otros países. Todos los demás nombres de productos y servicios mencionados son marcas comerciales de sus respectivas compañías.

Visite www.sap.com.mx/copyright para obtener más información y avisos sobre las marcas comerciales.