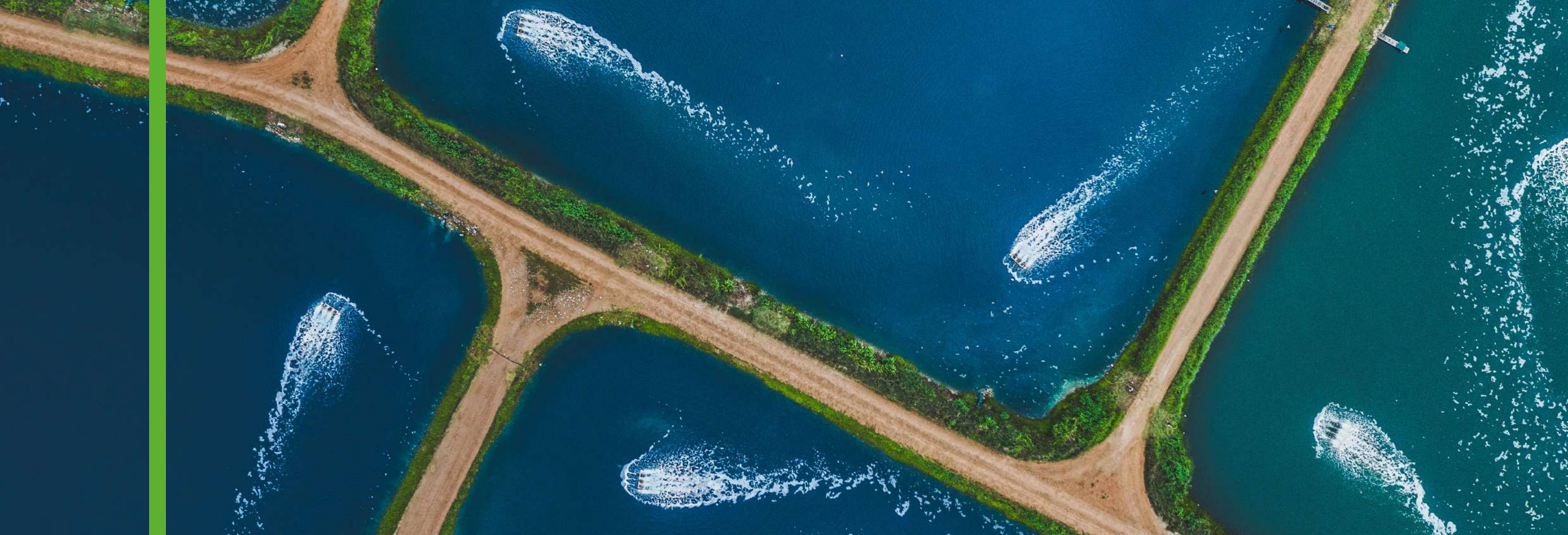


+1.5°C rumbo a 2040

Los viajes corporativos requieren medidas urgentes en materia de sostenibilidad.



Lo que sí debemos considerar como una consecuencia positiva de la interrupción de los viajes provocada por el COVID es la mayor atención prestada a la sostenibilidad.

Las empresas interesadas en el impacto de la reducción de los viajes de negocios tanto en la cuenta de resultados como en el medio ambiente están, naturalmente, evaluando una serie de nuevas soluciones de sostenibilidad.

Los directivos están considerando cuidadosamente el equilibrio entre la necesidad de mantener la actividad comercial del sector y la importancia relacionada con la reducción de la huella de carbono, que permita alcanzar los objetivos de la empresa.

Aunque frases como "viaje neutro en carbono", "viajar de forma ecológica" y "viajar de forma ligera" se han convertido en algo habitual en la industria de los viajes, en la actualidad se espera que las grandes empresas hagan algo más con respecto a esta importante cuestión mundial.

Parece sencillo, pero el cambio hacia la sostenibilidad en el sector de los viajes corporativos va mucho más allá de los simples informes de CO2. Los viajes responsables tienen ahora en cuenta tres aspectos: el medioambiental, el social y el de gobernanza (ESG). Dichos factores están impulsando una estrategia conjunta entre las empresas y el sector de los viajes.

Comencemos a hablar de la sostenibilidad en los programas de viajes corporativos. Desafía tu forma de pensar. Incorporando en su totalidad la iniciativa ESG, establecida en la actualidad.

" No hace falta que veas todo el camino, sólo tienes que dar el primer paso".

MARTIN LUTHER KING, JR.

Pero, ¿qué son los criterios 'ESG'?

Antes de los ESG, existía el concepto de personas, beneficios y planeta (PPP). El PPP fue descrito por primera vez por John Elkington en 1994 como un marco contable para informar sobre el rendimiento de una empresa y su valor empresarial en general. Fue un gran punto de partida, pero desde principios del año 2000 el marco ESG se convirtió en el protagonista.

Medioambiental

- Recursos naturales
- Emisiones de carbono
- Gestión de residuos
- Reducción de la contaminación
- Iniciativa de sostenibilidad
- Eficiencia energética

Social

- Diversidad de Oportunidades
- Derechos Humanos
- Seguridad De Datos
- Programas Comunitarios
- Salud & Seguridad del Personal
- Formación del Personal

Gubernamental

- Diversidad del Consejo Directivo
- Independencia del Consejo Directivo
- Derechos de los Accionistas
- Política de Compensación
- Ética Empresarial

Un programa de viajes basado en los principios 'ESG'

Por ejemplo, si el giro principal de tu empresa es la gestión de suministros directos, es posible que ya te encuentres evaluando las estrategias de abastecimiento y gestión de proveedores en relación con las cuestiones 'ESG'.

La investigación indica, sin embargo, que el enfoque ESG relacionado con la gestión de proveedores indirectos, que involucra el sector de los viajes, obtiene su impulso a un ritmo más lento en comparación con otros rubros. No fue hasta 2018-19 que FCM Consulting empezó a detectar clientes que evaluaban las credenciales de sostenibilidad de proveedores de aerolíneas, hoteles y alquiler de coches.

Al llegar a 2022, todas las empresas están analizando su cadena de suministro de viajes e identificando posibles prácticas empresariales que estén más acorde con las estrategias ESG.

Y, por supuesto, no es sólo en el Sector de los Viajes dentro del cual el marco ESG es considerando el objetivo principal. Los directivos están ampliando su visión respecto al margen de riesgo y están identificando nuevas formas de presentar una estrategia ESG más completa. Ahora que el calentamiento global es cuantificable, las empresas están empezando a incluir las iniciativas de sostenibilidad en el proceso de elaboración de presupuestos.

Además, el Grupo de Trabajo sobre Divulgaciones Financieras Relacionadas con el Clima (TCFD) recomienda a las empresas que realicen e incluyan análisis de escenarios relacionados con el cambio climático en sus informes financieros. Esto garantiza que los responsables de la toma de decisiones consideren el riesgo y la oportunidad más allá del ámbito de sus operaciones.

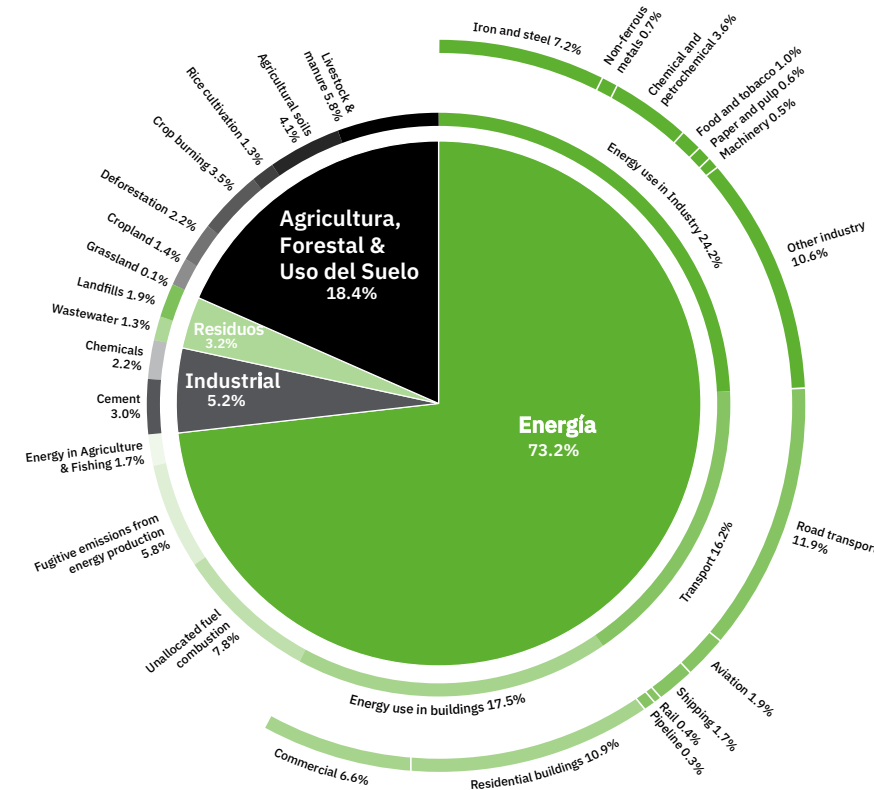
Carbono: el objetivo en la Gestión de Viajes

Al analizar las emisiones de carbono por industria, el sector de la energía y los recursos es responsable de la mayor parte de emisiones de gases de efecto invernadero (ver gráfico de Nuestro Mundo en Datos). Si nos adentramos en en la cadena de proveedores de viajes, el sector del alojamiento (incluido el residencial) es el mayor productor de emisiones de carbono.

- **Viajes Aéreos** → 1.9% de las emisiones mundiales de carbono. Esto incluye aproximadamente el 81% de transporte aéreo de pasajeros, de los cuales el 60% son internacionales y el 40% nacionales.
- **Viajes ferroviarios** → 0.04% de las emisiones mundiales de carbono.
- **Transporte Terrestre** → 11.9% de las emisiones mundiales, incluidos los automóviles, el alquiler de vehículos, los taxis, los viajes compartidos y el transporte público, como los autobuses. El 60% del transporte terrestre corresponde al traslado de pasajeros.
- **Alojamiento** → 17.5% de las emisiones mundiales, con un 10,9% procedente del alojamiento residencial y un 6,6% de los edificios comerciales.

Emisiones mundiales de gases efecto invernadero por sector

Datos correspondientes a 2016: las emisiones fueron de 49.400 millones de toneladas de CO₂ eq



FUENTE: CLIMATE WATCH, WORLD RESOURCES INSTITUTE (2020)

La tabla muestra que los viajes de negocios producen entre el 1% y el 2% de las emisiones mundiales de carbono. Es suficiente para justificar una acción positiva y un cambio por parte de la comunidad de viajeros. No es de extrañar que las organizaciones se vean sometidas a una presión cada vez mayor por demostrar su compromiso con la reducción de las emisiones de carbono y por adoptar medidas claras y viables para disminuir su huella medioambiental, en particular respecto a los viajes.

| Sub-Sector | Share of Global Greenhouse Gas Emissions (%) | Global Tourism (%) | Business Travel (%) |
|----------------------------|--|--------------------|---------------------|
| Road Transport | 11.9 | 0.18 | 0.04 |
| Aviation | 1.9 | 0.81 | 0.18 |
| Rail* | 0.4 | 0.26 | 0.06 |
| Shipping (**) | 1.7 | 0.425 | 0.09 |
| Residential Building (***) | 10.9 | 1.09 | 0.24 |
| Commercial (****) | 6.6 | 2.31 | 0.50 |
| Sub-Total | 33.4 | 5.08 | 1.10 |

**Estimación del porcentaje de viajes en tren = 65%.

**Estimación del porcentaje de viajes en barco = 25%.

***Estimación del porcentaje de pasajeros como usuarios de edificios residenciales (apartamentos y hoteles) = 10%.

**** Estimación del porcentaje de pasajeros como usuarios de edificios comerciales = 35%.

FUENTE: OUR WORLD IN DATA. LOS CÁLCULOS NO INCLUYEN RUBROS COMO BIENES, AGRICULTURA, ALIMENTOS & BEBIDAS, SERVICIOS.

El carbono como objetivo de la industria

En función del sector en el que opere cada empresa, se determinará qué y cómo se aborda la sostenibilidad. Incluso determinará la importancia de la sostenibilidad en su programa de viajes.

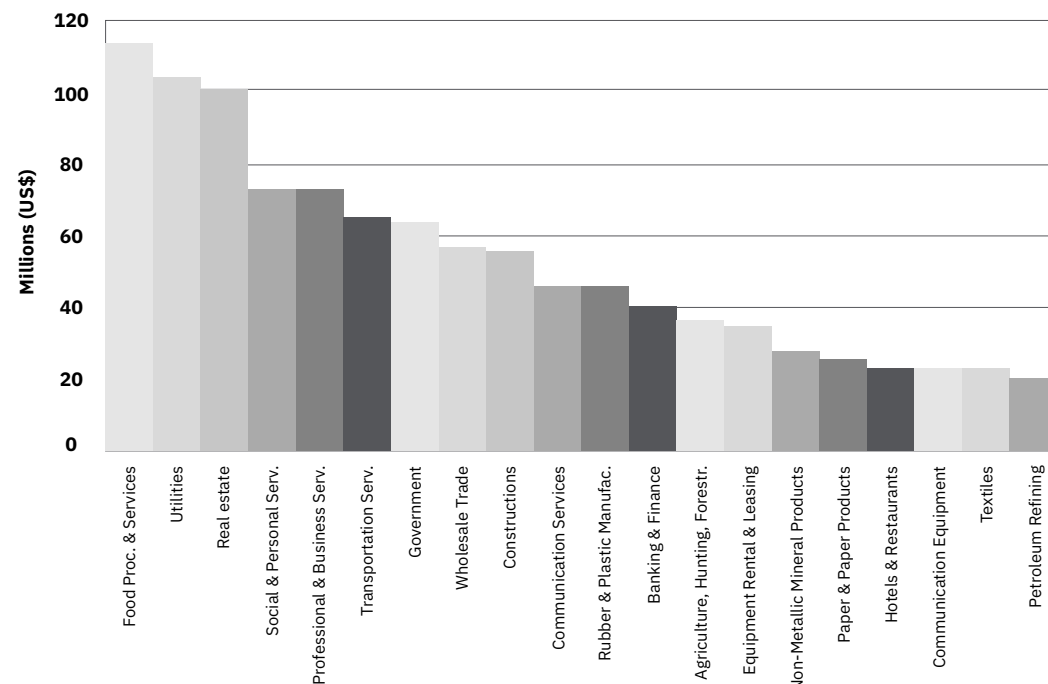
Los factores clave a la hora de analizar las emisiones totales de carbono de una organización y qué parte de ellas procede de los viajes incluyen:

1. La Actividad Económica Productiva de la empresa.
2. La industria en la que opera la empresa.

Por ejemplo, es probable que los sectores de la construcción y los recursos se centren más en las emisiones de carbono emitidas en función de su producción operativa. Viajan, pero el recuento de emisiones es mayor en el día a día. Si se compara con una organización de servicios profesionales cuya actividad habitual es baja en carbono, el volumen de viajes de negocios obliga a prestar más atención a los viajes sostenibles. Independientemente de dónde se sitúe el foco de la sostenibilidad, el programa de viajes se alinearán con los objetivos ESG más importantes de la empresa e impulsará su desarrollo.

Los gráficos dan una idea de dónde se encuentra el enfoque de la sostenibilidad para las empresas con diferentes resultados operativos y niveles de gasto en viajes. Las empresas que más gastan en viajes suelen centrarse más en reducir o compensar sus emisiones de CO2 procedentes de dichos viajes.

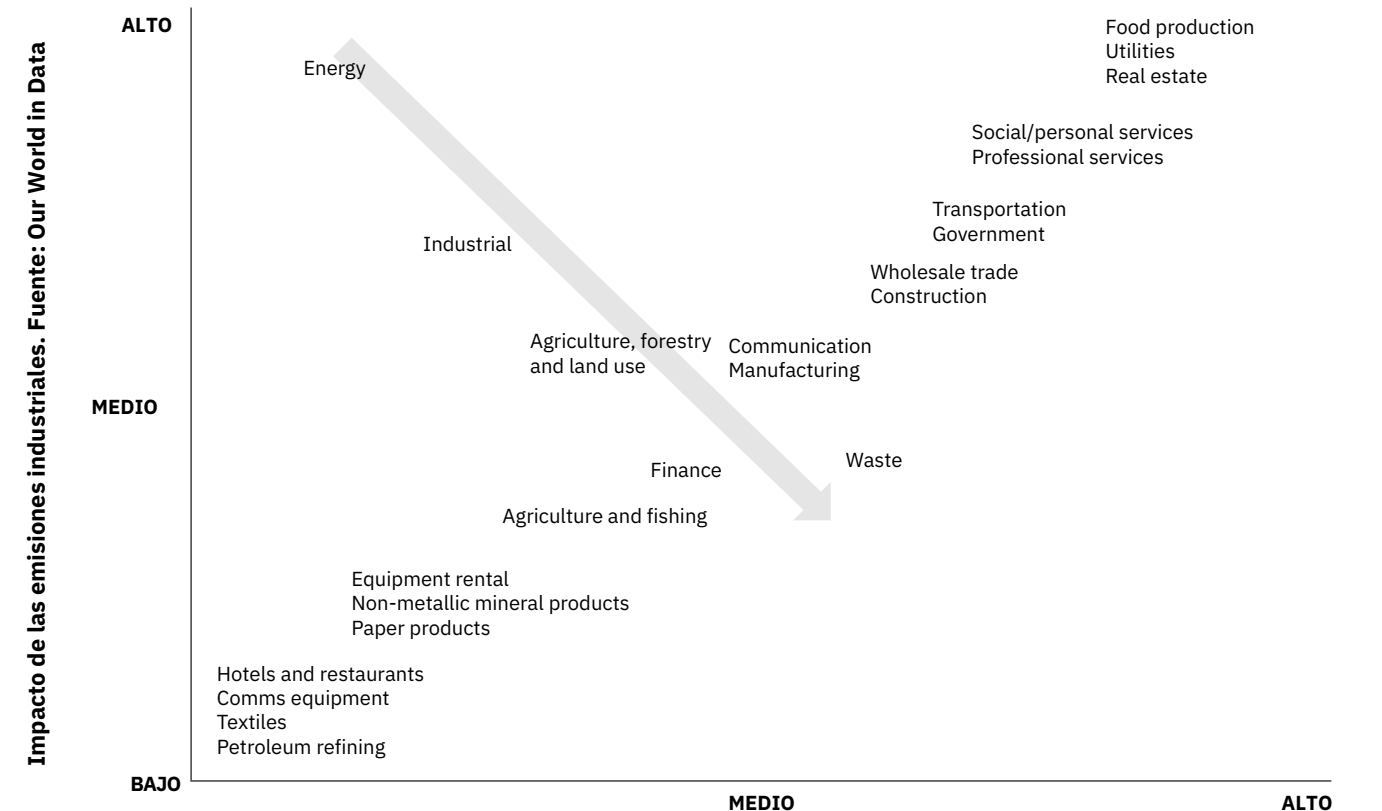
Gasto en Viajes por sectores



FUENTE: GASTO DE LA INDUSTRIA POR SECTOR SEGÚN LA GBTA



Impacto de las emisiones por sector vs. el impacto principal de gastos de viaje



FUENTE: GBTA

Es momento de actuar: *5 puntos clave*

1. Alineación empresarial

Comprender los objetivos ESG de la empresa.

2. Análisis

Para evaluar los objetivos ESG e integrarlos en las políticas, prácticas así como con los proveedores de tu programa de viajes. Hay que considerar las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se ajusta el programa de viajes a esos objetivos ESG en general?
- ¿Qué estrategias y planes necesitas para avanzar, transformar y alinearte con el propósito de la empresa y los objetivos/métricas ESG?
- ¿Con qué rapidez se debe actuar?
- ¿Qué servicios o productos externos es necesario incorporar al programa de viajes?

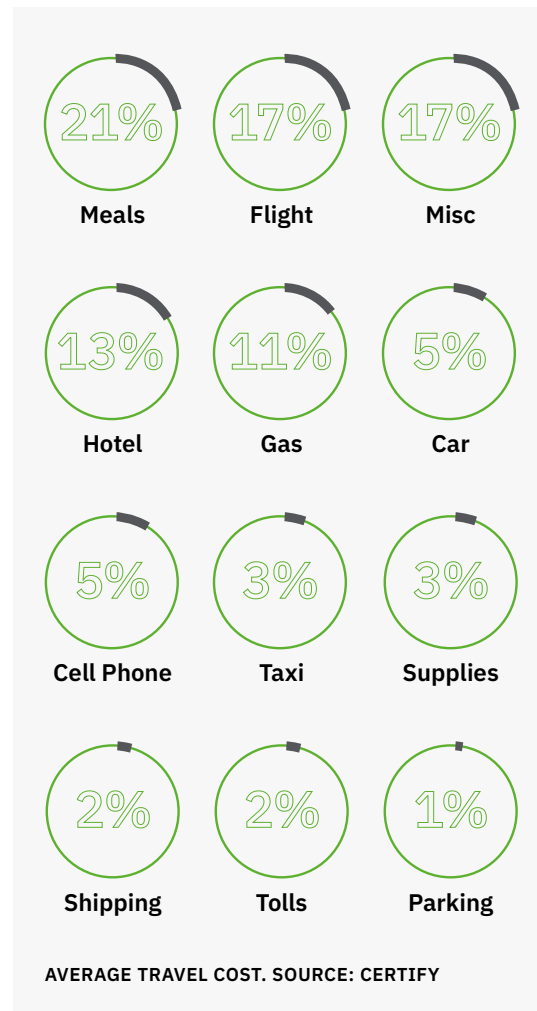
3. Segmentar el Programa

Define los detalles: Las áreas clave de un programa de viajes que contribuirán a las emisiones totales son muy amplias y variarán para cada organización. Recomendamos utilizar los datos de viajes y gastos para determinar dónde se genera la mayor producción de CO₂ de tu programa de viajes.

Una empresa con un desglose de gastos de viaje como éste puede optar por centrarse en reducir o compensar las emisiones de CO₂ correspondientes a las áreas de mayor gasto, como las comidas, los vuelos y el alojamiento.

Revisión de la Política: Asegúrate de que los mensajes y las pautas de tu política de viajes y gastos están en consonancia con los objetivos ESG o las métricas de sostenibilidad de tu empresa.

Proceso de reserva: Es necesario guiar visiblemente a los viajeros para que seleccionen proveedores con objetivos ESG que se alineen con las metas establecidas.



Evaluar los riesgos y las oportunidades de los proveedores de viajes:

A través de la RFP o de la actividad de abastecimiento, los proveedores revelarán sus estrategias ESG. Otros irán un paso más allá y ofrecerán asociaciones o soluciones para ayudar a la empresa y a los viajeros a avanzar hacia prácticas de viaje más sostenibles. Recuerda que debes incluir todos los componentes de tu programa de viajes.

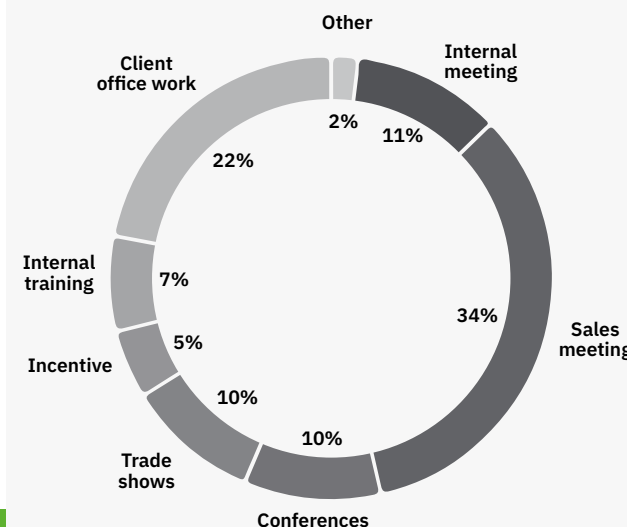
Informes: Es fundamental evaluar el rendimiento ESG de tu programa de viajes para comprobar los cambios que has realizado. Puedes compartir cómo estás contribuyendo a que la empresa vaya en la dirección correcta.

4. Evaluar los Viajes Empresariales

También conocido como gestión de la demanda. Se trata de comprender la necesidad de viajar por parte de la empresa para equilibrar lo esencial respecto a lo prescindible. Es importante entender la razón de la necesidad de viajar para tu empresa, a fin de lograr que los viajes sean más sostenibles. El gráfico circular indica algunas de las razones más populares de los viajes de negocios. Si no se informa sobre el "Motivo del viaje" como parte del proceso de la herramienta de reserva en línea (OBT), recomendamos que se implemente este campo dentro de la misma inmediatamente.

Gasto total por tipo de viaje

% del presupuesto total de viajes



FUENTE: CORPORATE EXECUTIVES SURVEY (N-300), OXFORD ECONOMICS

¿Cómo puedes calcular los objetivos de sostenibilidad de tu programa de viajes? Comienza midiendo las emisiones de tu programa de viajes.

Utiliza los datos disponibles y empieza a crear un punto de referencia.

5. Elaborar un plan de acción

Una vez que dispongas de algunos puntos de referencia y objetivos para trabajar, es el momento de pasar a la acción reduciendo, transformando o compensando las emisiones de tu programa de viajes. ¿Cómo?

- Involucra a los proveedores y pregúntales cómo pueden ayudarte a viajar de forma más sostenible. Comienza preguntándoles qué herramientas o tecnologías emplean para ayudarte a medir tus emisiones de CO₂, o pídeles que te proporcionen datos, como el impacto de CO₂ de una noche de hotel o de un viaje en Uber.
- Piensa en las herramientas para viajeros, como las aplicaciones móviles, que ayudan a que los empleados no pierdan de vista la sostenibilidad durante sus viajes.
- Comprometer y educar positivamente a nuestros empleados sobre las formas en que pueden reducir sus propias emisiones en los viajes de negocios y los desplazamientos al trabajo.
- Desarrollar funciones dentro de tu OBT para que los viajeros tomen decisiones más ecológicas.
- Renueva tu política de viajes para incluir una narrativa positiva en torno a la sostenibilidad.
- Continúa informando sobre tus emisiones y resultados. Evaluar, replantear y transformar.

Necesitas acciones inmediatas? Si los objetivos de emisiones para tu empresa requieren resultados rápidos o mejores, apuesta por una alternativa de compensación y profundiza en la manera de reducir los viajes corporativos.

Recomendaciones de *FCM Consulting*

1. Elección de la cadena de suministro. Asegúrate de que tus proveedores preferidos están alineados con los objetivos que requiere tu programa de viajes a corto y largo plazo.

Hoteles

- Al elegir la opción más adecuada, es importante asegurarse el cumplimiento de la mayoría de las propiedades con los requisitos de sostenibilidad locales o nacionales. A través del proceso de RFP, FCM Consulting apoya a los clientes para que seleccionen proveedores que sustenten las metas de sostenibilidad.
- Seleccionar propiedades y/o cadenas hoteleras comprometidas con los objetivos de sostenibilidad pero que no sacrifiquen el servicio, la seguridad y el valor para el viajero.
- FCM Consulting sigue las recomendaciones de la Sustainable Hospitality Alliance para determinar la sostenibilidad de los hoteles en su cadena de suministro. Trabajamos con socios que proporcionan informes que nos permiten gestionar las emisiones de carbono.



ESTE ES UN EJEMPLO DEL RESUMEN DE CO₂ QUE PUBLICA HILTON PARA SUS CLIENTES CORPORATIVOS.

Transporte Terrestre

- Las empresas deben contar con un programa de transporte terrestre preferente que defina los proveedores habituales y el tipo de vehículo ofrecido.
- Incluye alternativas de alquiler de vehículos eléctricos e híbridos, así como opciones claras para las necesidades locales de tus viajeros que pueden implicar opciones de auto compartido o transporte público.

Transporte Aéreo

- La aerolínea seleccionada debe proporcionar acciones y resultados clave para reducir las emisiones. Los datos y los informes son fundamentales para medir el progreso.
- Al desarrollar tu programa de viajes aéreos, asegúrate de que la mayoría de las aerolíneas cumplen con los requisitos de sostenibilidad locales o nacionales. A través del proceso de RFP, FCM Consulting asiste a sus clientes en la selección de proveedores que cumplan con las metas de sostenibilidad.
- Selecciona aerolíneas con una sólida aproximación a la sostenibilidad y con objetivos claros, pero sin comprometer el servicio, la seguridad y el valor para el viajero.
- FCM Consulting trabaja con socios tecnológicos y asociados en materia de cambio climático que proporcionan informes para la transparencia y la gestión de las emisiones de carbono.

Política de Viaje

- La claridad es un elemento fundamental para todas las empresas.
- Los viajeros necesitan conocer las prioridades de la empresa en aspectos como el límite de gasto y la sostenibilidad, así como los procesos y beneficios que conllevan esas prioridades.
- Una pregunta importante que debe hacerse a todas las partes interesadas, incluidos los empleados, es si valoran el cambio medioambiental y social por encima de la comodidad, la conveniencia y el precio.

2. Optimizar la herramienta de reserva en línea

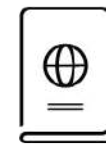
Habla con tu Gerente de Cuentas FCM para conocer el nivel alcanzado por tu herramienta de reservas en línea actual.

3. Elaborar un plan de comunicación que instruya, prepare y haga partícipes a los viajeros de lo que se pretende conseguir desde el punto de vista de la sostenibilidad en los viajes.

Entonces... ¿cuál es el camino a seguir?

" Ser consciente fomenta la responsabilidad".

STEPHEN RICHARDS COVEY.



Viajeros

1. Mantén pública tu declaración ESG. ¿Qué defiende tu empresa en los ámbitos medioambiental, social y de gobernanza? Indica tu política sobre la gestión de la demanda de viajes y declara tu práctica para los viajes sostenibles, es decir, reducidos, programa de compensación, sin viajes, etc. Recuerda que debes ser lo más explícito posible.
2. Educar a los viajeros/agentes de reservas sobre este concepto e informarles de las opciones a su alcance.
3. Formar a los empleados para que sean viajeros ecológicos. Una de las principales consideraciones de los clientes a la hora de reservar un viaje es el impacto que éste tiene en el medio ambiente. Los viajeros están más informados y sus preferencias están cambiando. Las organizaciones deben reconocer que los viajeros pueden desempeñar un papel en la reducción de las emisiones de CO2, pero es necesario hacerlo antes de la reserva.
4. Habilita a tus viajeros. Al buscar vuelos, los viajeros y los encargados de hacer las reservas pueden ahora identificar las opciones sostenibles a través de las indicaciones sobre las emisiones de carbono o pop-ups para cada vuelo. Los viajeros y reservistas disponen ahora de la información necesaria para poder seleccionar el vuelo, el hotel o el coche que menos emisiones de carbono produzca y que además esté dentro de la política.



Productividad

1. Reinventa tu política de viajes. Una estrategia de viajes ESG debe estar integrada con las acciones de los viajeros.
2. Aprobaciones de viajes. Para un control más estricto en la pre-reserva, revisa los flujos de trabajo de aprobación de viajes para determinar si tus viajeros/agentes de reservas necesitan un control más estricto y/o si los objetivos ESG son tan significativos que los viajes deben ser evaluados por medio del impacto del carbono.
3. Tecnología OBT. Revisa tu(s) OBT(s) y aplicaciones de viaje para asegurarte de que pueden guiar e influir en el comportamiento de las reservas sostenibles - véase la tabla anterior.
4. TMC. Recurre a tu TMC para que te guíe y dirija, ellos son los expertos. Desde el front-office hasta las plataformas de back-office, hay un número creciente de cambios e innovaciones de los proveedores que alimentan a la TMC.
5. Informes. Las propias TMC disponen de una amplia gama de informes y análisis para desglosar las emisiones por producto de viaje, y también para profundizar en las estructuras de las líneas de información de la empresa así como en su uso. Diseña un conjunto de informes que sea de primera línea y también detallado, que haga un seguimiento de tus objetivos clave.
6. Compensación. Si va a ir directamente a compensar las emisiones, contrata recursos y organizaciones que se centren exclusivamente en la inversión. O, si quieres que sea más sencillo, contrata a tu TMC y asóciate a sus iniciativas.



Proveedores de viajes

Asegurate de formular las preguntas correctas.

- ¿Cómo califican los aspectos ESG y qué prácticas e iniciativas demostradas llevan a cabo como empresa? ¿Cómo se integra su estrategia ESG en los servicios y productos que ofrecen a los clientes?
- ¿Las políticas aplicadas por los proveedores cumplen los criterios mínimos predefinidos en materia de ESG para complementar o superar las prácticas propias?
- Solicita abiertamente a tus proveedores que te ayuden al desarrollo de mejores prácticas en materia de ESG.
- ¿Cuáles son los objetivos de los proveedores y en qué medida son superiores a los de los demás?

Recuerda que algunas estrategias pueden definirse como oficinas sostenibles, diversidad en el lugar de trabajo, objetivos de compra según las categorías directas e indirectas, etc.

Reinventar las RFP para tus proveedores de viajes

Ha llegado el momento de plantear preguntas alternativas en las RFP. Que se centren en los viajes y que tengan como objetivo cumplir con los criterios ESG. ¿Conoces las preguntas adecuadas para todos los aspectos ESG? ¿Sabes como evaluarlas y puntuarlas de la mejor manera posible? A continuación hemos incluido ciertos puntos de interés:

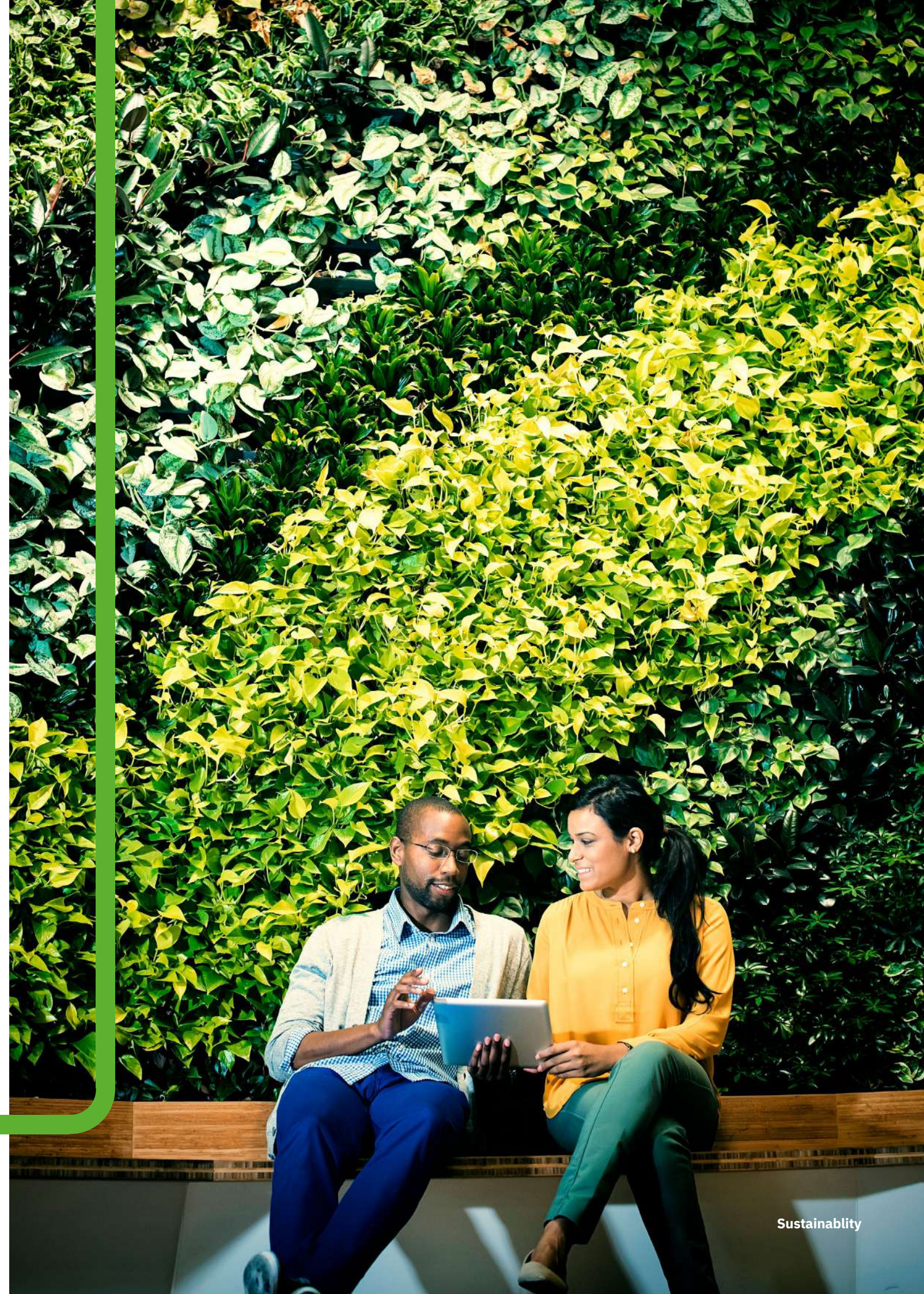
- Solicita copias de las declaraciones/políticas públicas sobre prácticas ESG: ¿cómo lo define el proveedor, es una declaración pública, una declaración privada o nada en absoluto?
- Al evaluar las declaraciones, tanto los equipos de compras como los de riesgos y los de RRHH deberán revisar los documentos de acuerdo con las prioridades corporativas y los criterios fundamentales de evaluación.
- Solicita copias de los informes ESG de los posibles proveedores.
- ¿Qué lineamientos y prácticas ambientales y de sostenibilidad (E&S) cumplen los proveedores? Por ejemplo, las aerolíneas siguen las normas de la IATA y muchos hoteles apoyan lineamientos o criterios en torno a la esclavitud moderna y la sostenibilidad.
- ¿Qué objetivos ambientales y sociales se han fijado los proveedores y si estos objetivos están en consonancia con las pautas mundiales o nacionales que su empresa respeta?
 - Ejemplo: Actualmente estamos a un 10% de nuestros objetivos ambientales y sociales, la meta es alcanzar el 95% en 2030.
- ¿Qué prácticas ambientales y sociales han aplicado o están aplicando sus proveedores para reducir o alcanzar sus propios objetivos ambientales y sociales?
 - Ejemplos de aerolíneas: cambio de combustible, flota, abastecimiento de productos socialmente responsables.
 - Ejemplos de hoteles: ventanas de doble cristal, reciclaje de agua, opciones de lavandería sostenible.
- ¿Cómo contribuyen más allá de sus propios objetivos, por ejemplo, con proyectos de reforestación o comunitarios?
- ¿Qué puede ofrecer el proveedor a la empresa para ayudarla con sus prácticas ambientales y sociales, como programas de compensación y estrategias conjuntas?

Registros e informes

Documenta los avances y estrategias de tus proveedores en materia ESG a partir de los resultados de la RFP, las entrevistas, la investigación y las reuniones con tus proveedores. Informa de estos resultados internamente así como de las mejoras y avances progresivos conseguidos año tras año.

El equipo de compras debe equilibrar los intereses de la empresa a los aspectos ESG con los principales resultados operativos así como la ubicación de la empresa y sus viajeros.

Plantear a los proveedores preguntas sobre la sostenibilidad, adaptadas a la actividad principal de la empresa y a las necesidades de viaje, ayudará a encontrar el equilibrio comercial y de sostenibilidad sin afectar de ningún modo la calidad de los servicios.





FCM Consulting & *Sostenibilidad*

FCM Consulting le anima a integrar una serie de preguntas que respalden sus propias estrategias ESG a la hora de emitir una RFP. Nuestros servicios de búsqueda ayudarán a organizaciones como la suya en el análisis del contenido ofrecido por los proveedores. Los especialistas ayudarán a su empresa a calificar y comparar las respuestas de los proveedores, lo que le permitirá seleccionar únicamente a aquellos que compartan sus valores y que puedan ayudarle de forma proactiva a alcanzar sus objetivos ESG.

Este es sólo un ejemplo de cómo ayudamos a un cliente a puntuar las Preguntas de Sostenibilidad de una RFP.

El hotel tiene un programa medioambiental o de Responsabilidad Social Corporativa

56.6%

El hotel está certificado por un Programa de Certificación "sostenible" reconocido mundialmente

36.5%

El porcentaje de hoteles con medición de emisiones de CO2 por habitación-noche

26.8%

El porcentaje de hoteles con medición de consumo del agua por habitación-noche

27.4%


El porcentaje de hoteles con medición del consumo de Energía

26.6%

El porcentaje de hoteles con medición de la desviación adecuada de residuos

10.3%

El proceso de cada empresa para alcanzar mayores niveles de sostenibilidad será singularmente diferente. La actividad principal y el sector en el que opere su empresa influirán en la orientación de la sostenibilidad. Si los viajes son su principal generador de emisiones de CO2, le recomendamos que cuente con la ayuda de un experto para analizar dónde y cómo optimizar su programa e itinerario de viajeros para alcanzar sus objetivos ESG.



FCM constituye una marca global independiente que ofrece una amplia gama de soluciones de gestión de viajes y gastos corporativos. Estamos presentes en más de 95 países y se nos considera una de las cinco principales empresas de gestión de viajes del mundo. FCM es responsable de los programas de viajes de algunas de las marcas corporativas más exitosas del mundo.

Nuestro servicio personalizado siempre ha sido lo que diferencia a FCM del resto, y lo combinamos con una tecnología innovadora y un acceso inigualable a los contenidos para impulsar el rendimiento óptimo de su programa de viajes.

Contactanos para descubrir cómo FCM puede elevar el rendimiento de su programa de viajes corporativos.