



No más promesas

Diseñar la sostenibilidad
tangible en su compañía

Ha estado en el horizonte durante años, y muchas compañías estaban encantadas de dejarla ahí: la acción climática. La sostenibilidad forma parte del diálogo empresarial, aunque no necesariamente de la estrategia empresarial. Fue una promesa en la que podíamos decir que todavía estábamos trabajando, y eso parecía funcionar.

Ahora hemos alcanzado ese horizonte, un punto de inflexión impulsado por clientes, empleados, comunidades, reguladores, inversores y mayores compromisos de otras compañías, y es hora de convertir nuestras buenas intenciones y promesas en planes claros.

Este es un momento que requiere una acción específica, tangible y repetible. Es un momento que requiere que los líderes infundan sostenibilidad, responsabilidad corporativa y compromisos ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG) en la forma en que se hacen los negocios.

Es hora de cumplir nuestras promesas.

No somos la última palabra, así que reunimos a algunos expertos.

Queríamos saber qué están haciendo las organizaciones como la suya para hacer de la sostenibilidad una parte fundamental de su compañía y, específicamente, sus procesos de viajes y gastos. Hablamos con nuestros clientes, nuestros socios y algunos de los miembros de nuestro equipo de SAP® Concur® para obtener una variedad de perspectivas sobre lo que está funcionando.

Los resultados de este informe llegan a ellos.



El reloj de cero emisiones netas se está acabando

En los últimos años, muchas organizaciones han establecido objetivos de cero emisiones netas de carbono que están venciendo, por lo que los altos directivos están clamando para llegar a “X” por “Y”. Llegar allí significa ir más allá de las promesas de marketing hacia la realidad operativa. Significa una prueba tangible de mejora, no más ecoblanqueo.

- El reclutamiento y la retención también están detrás del enfoque de las compañías en la sostenibilidad. En un mercado laboral cada vez más ajustado, los compromisos de sostenibilidad corporativa están impulsando las decisiones de los empleados sobre dónde ir y si se quedan.
- Las regulaciones ESG que cambian rápidamente también juegan un papel importante. En la Unión Europea, por ejemplo, las regulaciones de emisiones de alcance 3 *requerirán* que las organizaciones informen sobre las emisiones de los viajes de negocios.
- Además, el enfoque corporativo en reducir y eliminar el carbono está en su máximo histórico.
- Y finalmente, todo se reduce a las realidades del riesgo y la recompensa financiero. Los requisitos normativos hacen de la sostenibilidad una estrategia de mitigación de riesgos y, por lo tanto, una oportunidad financiera. Y a medida que el tema sigue llamando la atención del liderazgo, se vuelve cada vez más importante para los directores financieros.

Las compañías se están acercando a sus compromisos de cero emisiones netas, y están prestando atención, pero a medida que aumentan las presiones económicas y las previsiones financieras se vuelven más desafiantes, será tentador atraer su atención. Como se muestra en este informe, lo hacen bajo su propio riesgo.



El camino no importa, el progreso sí

Los viajes de ESG y de sostenibilidad de cada organización son únicos, y deberían serlo. Deben estar impulsados por valores, prioridades y requisitos normativos específicos de su compañía o industria. Del mismo modo, las compañías y las industrias se encuentran en diferentes puntos de sus viajes, por lo que el apoyo y la información que las organizaciones necesitan realmente abarcan todo el mundo.

¿Cuál es la situación de SAP? Cero emisiones. Cero residuos. Cero desigualdad.

Nos esforzamos por dar ejemplo en nuestras propias operaciones de negocios sostenibles, y por lo tanto:

- Tener un objetivo de acción climática de cero emisiones netas para 2030. En nuestro camino hacia el cero neto, el próximo hito intermedio es 2023, cuando SAP pretende ser neutral en carbono en sus propias operaciones.
- Estamos tomando medidas para reciclar nuestros residuos eléctricos y electrónicos, reducir el consumo de agua; y eliminar gradualmente los plásticos de un solo uso de los espacios, eventos y artículos orientados a clientes y empleados administrados por SAP.
- Nos comprometemos a respetar y promover los derechos humanos en todas nuestras operaciones, nuestra cadena de suministro extendida y el ciclo de vida del producto.

Y lo que es igual de importante, estamos trabajando para brindar soluciones que ayuden a nuestros clientes a cumplir sus objetivos de sostenibilidad, así como:

- Proporcionar información e informes integrados para medir el progreso, informar a los reguladores y guiar las decisiones.
- Incorporar la sostenibilidad y la responsabilidad social en los procesos principales, desde la fabricación y la logística hasta las finanzas, los RR. HH. y la compañía en su conjunto.

[Obtenga más información sobre la estrategia y las soluciones de sostenibilidad de SAP.](#)

Para ayudarle a evaluar su posición y brindarle la mejor manera de avanzar, reunimos a expertos y agrupamos sus conocimientos. Le proporcionarán ideas, ya sea que esté comenzando con ESG, generando impulso con sus iniciativas y buscando aumentar su impacto, o marcando el ritmo como líder de ESG y buscando lo que está por venir.



CHOOOSE ofrece plataformas completas para diseñar y gestionar programas de carbono de alto impacto, incluso a través de la aplicación Climate para SAP Concur oficialmente aprobada que permite a las compañías medir, reducir y gestionar sin problemas sus emisiones de carbono.



Everstream Analytics le brinda a las compañías la visibilidad, los conocimientos predictivos y el análisis de riesgos para convertir las cadenas de suministro en activos que cambian el negocio, eliminando las persianas tradicionales de los datos convencionales para ofrecer información más completa, análisis más nítidos y predicciones precisas.



Thrust Carbon ofrece una plataforma de inteligencia de sostenibilidad que permite a las compañías informar sobre el rendimiento, explorar la inteligencia personalizada para reducir su huella, acceder a los índices integrales de proveedores y alentar activamente e involucrar a los empleados para que cambien su comportamiento.



Tripkicks permite a las compañías influir en las decisiones de los viajeros para alinearse mejor con las prioridades del programa, ayudando a mover la aguja en iniciativas como la sostenibilidad, el bienestar de la experiencia del viajero, DEI y el ahorro de costos de cumplimiento.



Tema 1: **Enfoque**

Comenzar con ESG significa determinar dónde puede marcar la mayor diferencia en y a través de su negocio. Es donde usted hace el trabajo para definir el impacto que su organización tiene en el medio ambiente y la sociedad. Es donde identifica lo que le importa a usted y a sus equipos, cuáles son sus responsabilidades normativas y lo que debe hacer a continuación.



Si acaba de comenzar:

El equipo de **CHOOOSE** describe cómo suele comenzar este proceso con una evaluación de materialidad, que puede realizarse internamente o por un consultor externo. Esta evaluación ayuda a una organización a considerar qué dimensiones de sostenibilidad son más importantes para su negocio, sus clientes, sus empleados y todas sus partes interesadas. La evaluación también:

1. Ayuda a las organizaciones a involucrar a esas partes interesadas en su estrategia y viaje de sostenibilidad.
2. Prioriza donde las compañías pueden tener el mayor impacto.

Eso podría significar energía limpia y clima, o más bien un enfoque social, como diversidad, equidad e inclusión (DE&I). O podría significar un mayor enfoque en los viajes de negocios, ya que contribuye a la huella de carbono de la compañía y es importante para los empleados. De cualquier manera, esa evaluación debe basarse tanto en su impacto potencial como en la capacidad de la compañía para hacerlo realidad, porque las cosas que más le importan a usted, a su equipo o a sus clientes no siempre son para lo que está equipado.



Una forma sencilla de comenzar con los procesos de viajes, gastos y facturas.

La automatización de los procesos cotidianos no solo le hace más eficiente, sino que también hace que su compañía genere mucho menos desperdicios. Imagine eliminar los últimos desechos de papel y recibos físicos de sus procesos de cuentas por pagar y de informe de gastos, por ejemplo.

Vea cómo su programa de viajes se combina con esta [autoevaluación](#).

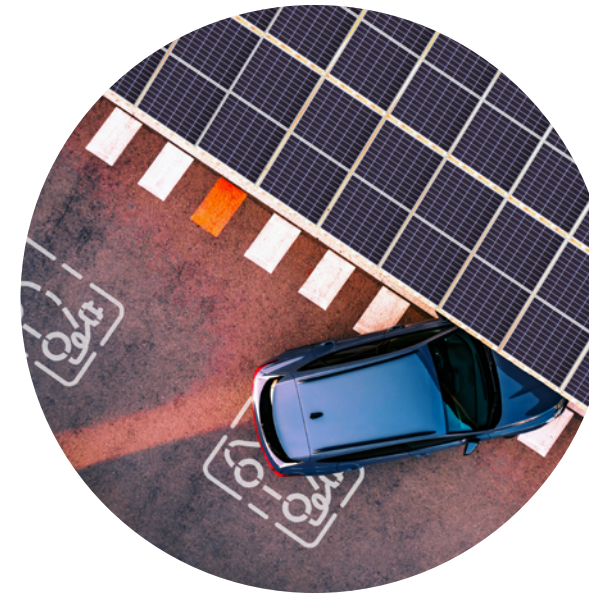


Si está generando impulso:

Para la mayoría de las organizaciones, las prioridades son impulsadas por su industria. Hemos visto que los clientes de fabricación de SAP, por ejemplo, a menudo comienzan con las emisiones de instalaciones y procesos, o el abastecimiento de materias primas, antes de expandirse hacia la logística o las emisiones y la eficiencia de la entrega.

Independientemente de dónde comenzó, es hora de ir más allá de sus áreas de primer impacto en toda su organización. Al hacerlo, es importante tener en cuenta que en las compañías donde las emisiones de los viajes de negocios son una pequeña parte de sus emisiones absolutas (siguiendo con nuestro ejemplo de fabricación), las emisiones de los *viajes* son extremadamente visibles para los empleados. De hecho, varios clientes de SAP Concur citan esta visibilidad como una de las razones para priorizar las emisiones de los viajes de negocios: Es una forma de ayudar a atraer, retener e involucrar a los empleados.

Las compañías de servicios, por otro lado, pueden comenzar centrándose en el consumo y los residuos energéticos de sus oficinas internas, luego pasar a DE&I en su proceso de adquisición y tanto las emisiones como el DE&I en los viajes de negocios.





Si está estableciendo el ritmo para lo que viene:

Aquí es donde el panorama general se vuelve enorme. Irá más allá de su propio rendimiento para centrarse en todos los negocios con los que trabaja para hacer su trabajo.

El equipo de **Tripkicks** recomienda profundizar en su cadena de suministro, los proveedores, socios y distribuidores en los que confía, y asegurarse de que compartan sus estándares de sostenibilidad.

- Tomemos como ejemplo la adquisición. Asegúrese de que sus objetivos de ESG son parte de su proceso de abastecimiento y estén incluidos en cualquier RFP o RFQ que envíe.
- Cuando se trate de viajes de negocios, no se detenga solo en las emisiones aéreas, ferroviarias y de kilometraje. Examine cómo se desempeñan sus socios de hotel y reuniones/eventos desde una perspectiva de emisiones y residuos, o cómo les está yendo con los esfuerzos de DE&I. Luego, vea si hay maneras de apoyar mejor a los negocios propiedad de minorías a lo largo de su programa de viajes y gastos.

Este es también el momento de considerar el apoyo a soluciones sostenibles en toda su cadena de suministro, como el combustible de aviación sostenible (SAF), que **CHOOOSE** dice que desempeñará un papel significativo no solo en la capacidad de las compañías para abordar las emisiones de carbono relacionadas con los viajes de negocios, sino también en la descarbonización de la aviación.

Por último, **Everstream Analytics** enfatiza la importancia de observar cómo los eventos climáticos catastróficos, incluso si solo afectan un área geográfica pequeña, pueden afectar la eficiencia de sus ubicaciones y operaciones. Y si no tiene una presencia física en esa área, ¿su cadena de suministro pasa por ella? Para estar realmente preparado para lo que viene, querrá explorar el análisis y la previsión del clima, que pueden ayudarle a gestionar todo, desde el abastecimiento, las operaciones y la planificación del sitio hasta los planes de entrega y transporte.

El futuro de la sostenibilidad de los viajes.

SAP Concur está dando forma al futuro de los viajes, un proyecto que llamamos la evolución de Concur Travel. Al hacerlo, ayudaremos a:

Guiar las opciones de los viajeros y ayudarlos a limitar las emisiones:

- [Mostrar modelos de CO₂ y etiquetas verdes.](#)
- [Ofrecer políticas y compras multimodales con alternativas de viaje.](#)
- [Habilitación de filtros para opciones sostenibles.](#)

Entregar informes que ayuden a las organizaciones a cumplir sus objetivos de sostenibilidad, que incluyan:

- [Datos enriquecidos que detallan los indicadores de sostenibilidad.](#)
- [Tableros de sostenibilidad que proporcionen visibilidad de las emisiones de carbono.](#)
- [Inteligencia que le permita establecer, gestionar y medir presupuestos de carbono departamentales en tiempo real.](#)

Ayudar a los viajeros a sentirse incluidos, aceptados y protegidos a través de:

- [Un mayor control sobre los datos personales.](#)
- [Capacidades de perfil mejoradas que admitan preferencias de género no binarias, datos de salud, etc.](#)
- [Socios de deber de protección ampliados, que proporcionen más opciones para la seguridad y asistencia de los viajeros.](#)



Tema 2: Métricas

El viejo adagio de “solo puedes gestionar lo que puedes medir” es tan cierto para la sostenibilidad como para cualquier otra cosa. Pero en un área tan nueva y en rápida evolución, es difícil saber si está midiendo las cosas correctas, o si lo que está haciendo es lo que se debe hacer.



Si acaba de comenzar:

Comience con la evaluación de materialidad mencionada anteriormente: Asegúrese de que sus objetivos sean claros al ser minucioso con la forma en que los medirá. Confíe en herramientas y plantillas que han demostrado funcionar, como la [Iniciativa objetivos basados en la ciencia \(SBTi\)](#) que tienen orientación por industria. Y recurra a sus socios en los procesos clave para capturar la información que necesita.

¿Qué más debería tener en cuenta? **Thrust Carbon** describe:

- La importancia de utilizar una calculadora de carbono para obtener, en tiempo real, los datos de emisiones de viajes de negocios más precisos posibles. Y si trabaja con una compañía de gestión de viajes (TMC) o una herramienta de reserva en línea, pregúnteles qué consejos y trucos pueden compartir.
- La necesidad de pensar ampliamente sobre las emisiones de los viajes. Recuerde que no todas las emisiones provienen de viajes transitorios reservados a través de una herramienta de reserva o TMC. No pase por alto las reservas de viajes no gestionadas, el transporte público, los taxis y las reuniones, así como los eventos en sus informes de emisiones.

Y el equipo de **CHOOOSE** nos recuerda la importancia de la automatización, especialmente cuando se trate de viajes de negocios, utilizando herramientas para hacer los cálculos por usted de forma más rápida y precisa, ya que se conectan directamente con sus datos de reserva de viajes.





Si está generando impulso:

Ahora es el momento de considerar establecer un objetivo de cero emisiones netas y asegurarse de tener un camino realista para lograrlo. O, si ya ha establecido uno, debe demostrar su progreso medido hacia ese objetivo.

Thrust Carbon destaca la importancia de ir más allá de las métricas preliminares para asegurarse de que está midiendo (y que comprende) las causas raíz, y que está aprendiendo cuáles son las palancas que debe utilizar para mejorar las métricas que ya ha establecido. También es importante profundizar a nivel de departamento para comparar y contrastar las tendencias, lo que le permite identificar procesos o comportamientos específicos de alta emisión. Volver a nuestro ejemplo de viaje de negocios: Es fácil centrarse en los viajes aéreos como uno de los principales culpables de las emisiones, pero no olvide incluir datos terrestres, como el tren, el kilometraje y los automóviles de alquiler.

Generar impulso también significa un monitoreo continuo de cómo lo está haciendo, no solo medir lo que ha hecho. Esto debe incluir, por supuesto, la supervisión constante de sus socios, proveedores y también toda la cadena de suministro.

Como señala **Everstream Analytics**, muchos equipos de adquisiciones son responsables de supervisar continuamente los riesgos ambientales, humanos y de gobierno en todas sus cadenas de suministro. Con las herramientas adecuadas, pueden mapear, evaluar y supervisar proveedores y diseñar modelos para mitigar los riesgos sociales a corto y largo plazo, desde violaciones de los derechos humanos hasta la seguridad de la fuerza laboral y los productos. También pueden evaluar los riesgos de gobernanza, como las investigaciones civiles y penales, el soborno y la corrupción, así como la seguridad de los datos.



Si está estableciendo el ritmo para lo que viene:

Los elaboración de informes de toda la compañía se convierte ahora en un mandato. En el pasado, las compañías han separado la elaboración de informes financieros de los informes de responsabilidad ESG, a menudo llegando incluso a crear informes anuales separados sobre los temas.

Ahora, los líderes de muchos clientes de SAP están reuniendo esos informes para ofrecer una visión más amplia de su negocio. Estos informes integrados conectan lo que entra en una compañía, desde el talento intelectual de los empleados hasta los recursos naturales utilizados en la fabricación, pasando por las actividades impulsadas por el negocio y el impacto que estas actividades tienen en la sociedad y el medio ambiente.

Los líderes empresariales mantendrán esta tendencia en movimiento a medida que:

- Pongan mayor énfasis en las métricas de ESG y de plantilla/personas.
- Integren esas métricas con medidas financieras, alineando todos los aspectos del negocio con los objetivos más amplios de la compañía.
- Presenten informes anuales unificados que abarquen todos estos temas.
- Proporcionen a los empleados, proporcionando informes consistentes y claros sobre objetivos de sostenibilidad medibles, incluyendo los viajes de negocios.

¿Cuánto importa?

La sostenibilidad es ahora una parte esencial de la estrategia y el éxito empresarial. En una encuesta de SAP Insights de 2022 realizada a 6669 líderes empresariales en 40 países:

- El **60% de los líderes empresariales afirma** que la sostenibilidad tiene un efecto moderado o sólido en la competitividad y la rentabilidad a largo plazo.
- El **87% afirma** que la medición de la sostenibilidad y la elaboración de informes sobre cuestiones ambientales informan las decisiones estratégicas y operativas de sus compañías en un grado sólido o moderado, un aumento del 12% con respecto al año pasado.
- El **59% cree** que las cuestiones ambientales son, o pronto serán, importantes para los resultados comerciales.



Tema 3: Liderazgo y participación de los empleados

Incorporar la sostenibilidad y ESG en su negocio requiere participación y compromiso hacia arriba, hacia abajo y en todo su organigrama, ya sea que tenga 10 empleados o 100 000. Estamos hablando de cambiar los comportamientos aquí, la fusión de una mentalidad sostenible en la cultura de su organización. Porque esa es la única manera de que este trabajo funcione.

Pero, ¿cómo hacer que suceda?



Si acaba de comenzar:

Tripkicks tiene algunos consejos específicos para prepararle para el éxito. Comienza con obtener la aceptación de los ejecutivos pronto. Este no es un proyecto personal, es un cambio organizacional que requiere un compromiso del liderazgo, desde el principio. También querrá establecer un ritmo de comunicación con los empleados y ejecutivos por igual, educándolos sobre la estrategia y ayudándoles a ver cómo se relaciona con

ellos. Esto debe comenzar tan pronto como el proceso de incorporación y continuar a través de seminarios web, almuerzos de capacitación o cualquier otro formato educativo que se adapte al modelo de cultura y desarrollo de su compañía.

Sobre todo, sea reflexivo y creativo sobre cómo hacer correr la voz.

El 51% de las organizaciones citaron el modelo de liderazgo sénior como una estrategia principal para ayudar a cambiar el comportamiento interno.

—Investigación sobre movilidad sostenible de SAP Concur 2022





Si está generando impulso:

El objetivo aquí es hacer que sea imposible que los empleados pierdan su estrategia de sostenibilidad en su trabajo cotidiano. Busque formas de brindarles orientación mientras toman decisiones, porque en última instancia, cada decisión afecta su compañía y su desempeño de ESG.

Los equipos de **Thrust Carbon** y **CHOOOSE** han descubierto que viajar es un excelente lugar para comenzar. No solo es una categoría muy visible que puede mostrar sus éxitos, sino que también es una manera fácil de involucrar a los empleados cuyas decisiones de viaje pueden tener un efecto inmediato. Busque herramientas y aplicaciones que guíen a los empleados mientras deciden dónde y cómo viajar, ofreciendo información sobre todo, desde emisiones hasta compensaciones y su propia seguridad durante los viajes.

Al mismo tiempo, muchos clientes de SAP utilizan sistemas y catálogos de adquisición como una forma de mostrar a los empleados si están comprando a un proveedor diverso o no. Con las herramientas adecuadas, sus equipos pueden ver proveedores que son “propiedad de mujeres” o “propiedad de hispanos”, etc., así como una gran cantidad de otros identificadores que se muestran en los detalles de los elementos del catálogo.



Cómo llegar allí.

Los viajeros de negocios buscan que su empresa les ayude a tomar decisiones más sostenibles. Tener información de sostenibilidad para sus opciones de viaje es importante para **casi todos los viajeros de negocios (94%)**. Y no es solo una preocupación menor, ya que el **48% de los viajeros de negocios afirman** que tener indicadores visuales del impacto ambiental es muy o extremadamente importante.

Encuesta global de viajeros de negocios de SAP Concur 2022



Si está estableciendo el ritmo para lo que viene:

Hemos visto a nuestros clientes más progresistas ir más allá de las paredes de sus organizaciones y comenzar a liderar conversaciones en sus industrias y comunidades, presionando por estándares y marcos de desarrollo.

También querrá asegurarse de evaluar continuamente la diversidad de su propio equipo de sostenibilidad para asegurarse de que está explorando los objetivos y planes de ESG desde cualquier perspectiva.

Amplíe también la responsabilidad a múltiples líderes en toda la organización, para amplificar el impacto de sus programas y planes.



Una encuesta de SAP Insights 2022 reveló que el número de compañías que asignan responsabilidad por la sostenibilidad a más de un líder **aumentó un 24%** con respecto al año pasado. Mientras tanto, un **19% menos de negocios** que el año pasado dejaron la sostenibilidad en manos de un líder.

—Fuente: Perspectivas SAP 2022



Los programas de sostenibilidad y de ESG pueden comenzar en una parte de su compañía, pero ahí no es donde se detienen. Los equipos multifuncionales de ESG son fundamentales para mantener clara su estrategia, coordinados en sus esfuerzos y centrados en sus objetivos.

Tema 4: Equipos multifuncionales

Tema 4: Equipos multifuncionales



Si acaba de comenzar:

Los clientes exitosos de SAP Concur aconsejan no volverse demasiado complejos demasiado rápido. Comience con los actores clave y concéntrese en lo que puede lograr con sus planes y métricas. Debe esforzarse por reunirse y comunicarse regularmente utilizando informes para mantener a todos al tanto del progreso.



Si está generando impulso:

La clave aquí es asignar un liderazgo dedicado a sus esfuerzos, porque si no tiene recursos enfocados en su lugar, ¿quién será responsable de impulsar sus iniciativas? En una investigación reciente, descubrimos que solo el 36% de las compañías tienen un puesto dedicado a la sostenibilidad, como un gerente de sostenibilidad o director de sostenibilidad, y solo el 10% de las empresas tienen un equipo completo comprometido en mejorar la sostenibilidad.



Si está estableciendo el ritmo para lo que viene:

Es importante que su organización ponga su dinero donde están sus promesas y apoye iniciativas críticas en toda la compañía con una inversión centrada, así que abogue por un presupuesto específico.

Tripkicks y **Everstream Analytics** recomiendan crear un equipo multifuncional que abarque su compañía y colabore tanto en la estrategia como en la ejecución, asegurándose de enmarcar los objetivos de sostenibilidad en el contexto del enfoque de cada departamento. Por ejemplo, en el abastecimiento y la logística, muestre cómo la sostenibilidad mejorada puede aumentar la eficiencia y reducir los costos. En RR. HH., establezca la conexión entre la sostenibilidad y atraer/conservar el talento adecuado. Y en marketing, demuestre el impacto que la sostenibilidad tiene en la reputación de su marca.



Bienvenido al horizonte de la sostenibilidad, esto es lo que vemos

Nuestros socios y clientes han ofrecido estas perspectivas e ideas para ayudarle a avanzar en su camino de ESG, pero ¿a dónde va a continuación? ¿Qué puede esperar en los próximos tres, seis o 12 meses?

- De acuerdo con **Tripkicks**, las eliminaciones de carbono están preparadas para la innovación, ofreciendo un enfoque cada vez mayor en sacar el dióxido de carbono del aire para complementar conceptos como el combustible de aviación sostenible.
- **CHOOOSE** recomienda paciencia y flexibilidad a medida que los estándares de elaboración de informes continúan evolucionando. A pesar de que el panorama de los informes sigue cambiando, tener una visión general centralizada de sus datos de sostenibilidad, en particular los datos de emisiones, siempre será vital. Es la única forma de asegurarse de que está listo para informar de manera efectiva y eficiente.
- **Everstream Analytics** sugiere ampliar la visibilidad de su red de proveedores ampliada para detectar vulnerabilidades de ESG, mejorar las iniciativas de sostenibilidad y demostrar el cumplimiento de las normativas emergentes de la cadena de suministro.
- Nuestro propio equipo de SAP nos recuerda que los requisitos normativos también seguirán cambiando, así que esté atento a los Estándares europeos de informes de sostenibilidad (ESRS), la regla de divulgación climática en los EE. UU. y el Consejo de normas internacionales de sostenibilidad (ISSB). También querrá prestar atención a los cambios adicionales en los países en los que se encuentra y en los mercados en los que hace negocios.



Un guiño a los expertos

Queremos agradecer a todos los que están impulsando los esfuerzos de sostenibilidad y de ESG, especialmente a aquellos socios cuyas experiencias nos ayudaron a crear este informe. **CHOOOSE, Thrust Carbon,** y **Tripkicks** son una parte vital del ecosistema de SAP Concur: son socios del App Center de SAP Concur que amplían las soluciones de Concur Travel y ayudan a abordar los desafíos de sostenibilidad que hemos cubierto. **Everstream Analytics** también es un socio de SAP, que trabaja con soluciones SAP para brindar información predictiva y análisis que pueden eliminar la ineficiencia de las operaciones y construir cadenas de suministro más flexibles y confiables en todo el mundo.

Sostenibilidad tangible juntos

Si se está preparando, y planea cumplir, su promesa de sostenibilidad, no tiene que hacerlo solo. Todos estamos juntos en esto, y entre ustedes, nuestras soluciones de SAP Concur, nuestros socios y los conocimientos de todos nuestros clientes, haremos que los viajes, las cadenas de suministro y el negocio en sí sean más sostenibles.

[Comencemos >](#)

Liderazgo de pensamiento en sostenibilidad enUS (23/07)

© 2023 SAP SE o una compañía afiliada de SAP. Todos los derechos reservados.
Consulte el Aviso legal en www.sap.com/legal-notice para conocer los términos de uso, las cláusulas de exención de responsabilidad, divulgaciones o restricciones relacionados con los materiales de SAP para el público general.

