

Informe técnico de resultados de las soluciones SAP Concur

La nueva normalidad: Fijar las expectativas de la organización impulsadas por datos

**Por qué su solución de gestión de viajes y gastos
(Travel & Expenses, T&E) es fundamental para la
sostenibilidad corporativa**

THE BEST RUN

SAP

En muchos sentidos, la pandemia global actuó como un reinicio colectivo, que sirvió a modo de recordatorio no muy delicado de lo frágil que puede ser la vida, la economía y el mundo.

Ahora, a medida que nos desprendemos de las mascarillas y una sensación de normalidad comienza a irrumpir en nuestras vidas después de la pandemia, las empresas reconocen rápidamente que no pueden volver a la forma en que hacían negocios antes. Las expectativas, en todo su ecosistema, han cambiado fundamentalmente.

El simple hecho de pagar una nómina ya no es suficiente para atraer y retener a los empleados. Ahora, las personas exigen garantía de seguridad, un entorno de trabajo justo y equitativo y la flexibilidad para lograr su propia versión de un equilibrio entre la vida laboral y personal.

Aunque la obtención de beneficios sigue siendo la expectativa, ya no es la única expectativa.



Tanto los empleados, inversores y consumidores a partes iguales cada vez miran más allá del balance general para centrarse en la responsabilidad con la que opera la empresa. Buscan organizaciones que se involucren en prácticas que sean buenas para las personas y el medio ambiente, así como los resultados económicos, y tienen la documentación para demostrarlo.

Como resultado, los líderes de la empresa, en todos los sectores, están priorizando la sostenibilidad corporativa en sus agendas, elevándola desde una frase con gancho de relaciones públicas hasta una estrategia crítica en toda la empresa para la longevidad y el crecimiento.

Entonces, ¿qué implica realmente la sostenibilidad? ¿Cómo comienzan las empresas a poner en marcha una estrategia? ¿Y cómo puede contribuir una gestión eficaz de T&E a sus objetivos?

Para averiguarlo, hablamos con Sally Crotty, consultora sénior de TCG Consulting y Sylvain Muller, directora de Estrategia de Productos de Sostenibilidad en SAP Concur y miembro del Comité de Sostenibilidad de la Asociación Global de Viajes de Negocios (Global Business Travel Association, GBTA).



80%

de los viajeros de negocios están más inclinados a trabajar para una organización con una política de sostenibilidad.¹

Sostenibilidad: Qué es y por qué es importante

Aunque la “sostenibilidad” es una palabra que la mayoría de nosotros escuchamos regularmente, todavía hay cierta confusión sobre lo que significa realmente este término. Uno de los principales conceptos erróneos que existen es que la sostenibilidad es simplemente un término reciclado para el movimiento ecológico de las décadas de 1960 y 1970, y que se centra únicamente en el impacto medioambiental.

Aunque la protección de los recursos naturales es un pilar fundamental de la sostenibilidad corporativa, el imperativo es mucho más amplio y más holístico que esto. La sostenibilidad corporativa es un enfoque empresarial que permite a las organizaciones crear valor para los accionistas a largo plazo al aceptar oportunidades y gestionar los riesgos derivados de los desarrollos sociales, medioambientales y económicos.²

Es un principio basado en la creencia de que, aunque el crecimiento corporativo y la rentabilidad son importantes, es igualmente importante lograr esos resultados financieros sin afectar negativamente al medio ambiente, a la comunidad o a la sociedad en su conjunto.

Desde un punto de vista práctico, eso significa que las empresas deben tener en consideración tres pilares transversales al ejercer sus actividades comerciales:

SOSTENIBILIDAD SOCIAL

Este es el pilar de las “personas”: qué impacto tienen las empresas en sus empleados y en las comunidades que las rodean. Esta área incluye elementos como el salario



justo, el equilibrio entre la vida laboral y la personal y la promoción de la diversidad y la inclusión en el lugar de trabajo. Se trata de mantener a los empleados seguros, crear un entorno de trabajo saludable y darles la oportunidad de aprender y avanzar.

Al promover la sostenibilidad social, las empresas benefician a sus empleados, impulsan el crecimiento económico en las comunidades que les rodean y crean un entorno que garantiza que mantendrán y atraerán el talento que necesitan para mantener a la empresa a lo largo del tiempo.

SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

Este es el pilar “planeta”: cómo las empresas preservan los recursos naturales, como la tierra, el agua, la energía y el aire al reducir los gases de efecto invernadero que generan, incluidos los siguientes:



- Las emisiones directas de fuentes empresariales propias o controladas, incluidas la combustión de combustible, las emisiones de vehículos de la empresa y las fugas en el aire acondicionado, las unidades de refrigeración y similares.
- Emisiones indirectas de la generación de electricidad, calor, refrigeración o vapor adquiridos que la empresa consume, pero no produce.
- Otras emisiones indirectas que se producen en la cadena de valor de una empresa, incluidos bienes y servicios adquiridos, desplazamientos de empleados y viajes de negocios.

Está claro cómo están entrelazados el pilar de la planta y el de las personas. Cuanta menos atención preste al medio ambiente, más perjudicial será el impacto en los empleados y la comunidad. Sin agua limpia o aire limpio, no puede haber sostenibilidad de las personas, todo lo cual afecta también a la capacidad de la empresa para sobrevivir.

SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA

Este es el pilar de los “beneficios”: garantizar que el negocio pueda crecer de forma sostenible, mantener la rentabilidad y beneficiar a los accionistas con el tiempo.



Estos tres pilares de sostenibilidad forman lo que ahora se conoce como la línea triple de rentabilidad. En lugar de informar solo sobre el rendimiento financiero, se espera que cada vez más las empresas midan e informen sobre su impacto social y medioambiental con el mismo rigor.

El objetivo es lograr un equilibrio entre los tres: no centrarse demasiado en los beneficios a expensas de las personas o del medio ambiente y, al mismo tiempo, no centrarse tanto en la sostenibilidad medioambiental como para que los procesos diarios sean tan tediosos que tengan un efecto perjudicial en su personal, su productividad y su viabilidad como empresa.

Comenzar el viaje hacia destinos más verdes

Con tantas partes cambiantes, comenzar una iniciativa de sostenibilidad puede parecer un poco abrumador. La mejor forma de empezar es dar un paso atrás e identificar dónde se encuentra su empresa hoy.

“Establecer una posición de partida es un punto fundamental, para que pueda entender desde dónde está empezando y establecer sus objetivos a partir de ahí”, explicó Sylvain Muller, director de Estrategia de Productos — Sostenibilidad en SAP Concur. “Una vez que sepa dónde se encuentra, puede buscar las soluciones y estrategias que le ayuden a lograr esos objetivos”.

La mayoría de las empresas ya cuentan con un marco sólido para medir y pronosticar el rendimiento económico y, por lo general, un plan a largo plazo. Las encuestas a los empleados, la evaluación comparativa de las compensaciones y las evaluaciones de equidad pueden ayudar a los líderes a comprender cómo su empresa mide el aspecto de las personas en cuanto a la sostenibilidad, así como si tienen aspectos por mejorar.

Aunque ambas áreas son fundamentales, en el resto de este documento nos vamos a centrar en mejorar la sostenibilidad medioambiental y en cómo utilizar su solución integral de gestión de viajes y gastos para respaldar estos objetivos.

A man in a dark suit and glasses is riding a bicycle on a grassy path. He is silhouetted against a bright sun, creating a lens flare effect. In the background, there is a modern building with large glass windows. The overall scene is bright and positive, suggesting a sustainable and active lifestyle.

“Establecer una posición de partida es un punto fundamental, para que pueda entender desde dónde está empezando y establecer sus objetivos a partir de ahí. Una vez que sepa dónde se encuentra, puede buscar las soluciones y estrategias para ayudarlo a lograr esos objetivos”.

Sylvain Muller, responsable de Estrategia de Productos y Sostenibilidad, SAP Concur

Profundizar en su perspectiva de viajes y gastos

Por lo general, cuando las organizaciones hablan de esfuerzos medioambientales, la conversación se centra en el reciclaje, la conservación de la energía, la eliminación de papel o los edificios ecológicos. Aunque todas estas iniciativas son importantes, no abordan una de las mayores fuentes de emisiones de gases de efecto invernadero para la mayoría de las empresas: los viajes de negocios.

“Los viajes representan el cinco por ciento de las emisiones globales, y los viajes corporativos representan alrededor del 30 por ciento de esa cifra. Aunque sobre el papel esto no parece mucho, es un dato considerable”, explicó Sally Crotty, consultora sénior de TCG Consulting.

Teniendo en cuenta el hecho de que, en 2019, los viajeros registraron más de 460 millones de viajes de negocios solo en los Estados Unidos³, es fácil ver cómo esos pequeños porcentajes pueden tener un gran impacto.

El tipo de viaje y la duración del viaje también marcan la diferencia. Por ejemplo,

- un billete de ida y vuelta de Londres a la ciudad de Nueva York genera más emisiones de las que produce una persona promedio en 56 países durante todo el año.⁴
- Los viajes en primera clase producen cinco veces la cantidad de emisiones de CO2 que la clase turista debido a la distancia entre los asientos y al hecho de que algunos asientos suelen estar vacíos.
- La clase Business produce el triple de emisiones que la clase turista⁵ por las mismas razones.

En los últimos años, algunas organizaciones líderes han comenzado a profundizar en el efecto que los viajes de los empleados tienen en el medio ambiente, con algunos resultados asombrosos.

“Es bastante sorprendente saber que los viajes de negocios pueden representar más de la mitad de la huella de carbono de una empresa no manufacturera”, dijo Crotty.

Aunque a menudo es el mayor contribuyente, el transporte aéreo no es el único aspecto de los viajes de negocios que tiene un impacto. Los alojamientos y el transporte terrestre también desempeñan papeles importantes.

Muchas propiedades de lujo tienen mayores emisiones que los hoteles más económicos. Algunas pueden tener prácticas más ecológicas que otras, como no lavar las toallas todos los días, invertir en sistemas de calefacción y refrigeración de bajo consumo o utilizar proveedores de alimentos locales y productos de limpieza más ecológicos. El transporte colectivo y los viajes compartidos dejan menos huella que un coche de alquiler. Los automóviles de alquiler eléctricos o híbridos causan menos daños que los coches de gasolina.

“Es bastante sorprendente saber que los viajes de negocios pueden representar **más de la mitad** de la huella de carbono de una empresa no manufacturera”.

Sally Crotty, consultora senior de TCG Consulting

Incluso la forma en que las organizaciones gestionan el proceso de reembolso de gastos marca la diferencia. ¿Los viajeros siguen capturando recibos en papel o pueden capturar esas imágenes en sus teléfonos y hacer que aparezcan automáticamente en el campo correcto del informe de gastos? Si los viajeros o el personal administrativo siguen copiando documentos, o si alguna parte del proceso de reembolso integral no se puede gestionar digitalmente, la huella de carbono de la empresa aumenta.

¿Con esto se entiende que todas las empresas responsables tienen que renunciar a los viajes de negocios o enviar a los empleados en un viaje en tren de 10 horas en lugar de viajar en avión? Para nada.

Sin embargo, al tomar conciencia de cómo los viajes de negocios contribuyen a su huella de carbono y comprender los patrones al examinar sus datos de viajes y gastos, puede comenzar a identificar áreas en las que el cambio de comportamiento podría reducir las emisiones sin poner una carga sobre los empleados o la rentabilidad.



Obtenga más información sobre cómo puede medir el impacto del carbono de los viajes y gastos para su organización.



Escuchar el podcast

Establecer metas y objetivos realistas y tangibles

Es importante tener en cuenta que la sostenibilidad no es algo inmediato. Se trata de un proceso continuo que requiere establecer objetivos, gobernabilidad y se ve impulsado por los logros incrementales a lo largo del tiempo.

“Si quiere llegar al cero neto, primero mire dónde está hoy y establezca un plazo de tiempo para lograrlo”, dijo Muller. “Aunque actualmente gran parte de los informes sobre emisiones de gases de efecto invernadero son voluntarios, hay organizaciones que se centran específicamente en medir las emisiones corporativas para ayudar a las empresas a comprender dónde están”.

Una de estas organizaciones es la Carbon Disclosure Project (CDP), que ayuda a las empresas a divulgar su impacto medioambiental, así como a proporcionar informes sobre las corporaciones que lideran el camino en la reducción de sus emisiones, lo que puede ser útil para la evaluación comparativa.

“También hay objetivos basados en la ciencia, que proporcionan a las empresas una ruta clara sobre cómo reducir las emisiones en línea con los objetivos del Acuerdo de París, que tiene como objetivo reducir las emisiones para limitar el calentamiento global a 1,5 grados centígrados”, dijo Crotty. “Las organizaciones que se comprometen con esos objetivos, también se comprometen a producir informes para hacer un seguimiento del progreso”.

Después de crear el objetivo macro, como convertirse en una empresa cero neto en x años, utilice sus datos históricos de viajes para definir microobjetivos realistas y prácticos para lograrlo.

Por ejemplo,

-  la forma más rápida de reducir las emisiones es evitar los viajes, especialmente cuando ese viaje implica viajes de un día. Considere la posibilidad de añadir aprobaciones o directrices adicionales cuando el viaje sea un trayecto rápido, para garantizar que el viaje sea necesario y para ver si se puede manejar de forma virtual en su lugar.
-  Considere la posibilidad de implementar una semana sin viajes una vez al trimestre.
-  Si existe una verdadera necesidad de viajar en avión, opte por la clase turista en lugar de la clase ejecutiva. Incluso reducir el porcentaje de vuelos anuales en clase Business en un 50 % al año tendrá un impacto positivo.
-  Trabajar para convertir viajes más cortos de aviones a viajes en tren u otros medios de transporte terrestre menos contaminantes.
-  Revise su política de viajes para permitir que los empleados tomen vuelos directos. Tenga en cuenta que el dinero ahorrado en compensaciones de carbono pueden hacer que los vuelos directos sean menos costosos en general que los que tienen escalas.
-  Vuele con aviones más nuevos y eficientes, alquile automóviles híbridos o eléctricos y alójese en hoteles que cumplan con los estándares ecológicos.

Estas son solo algunas opciones. El punto es que no basta con establecer un objetivo para reducir su huella de carbono. Requiere una hoja de ruta para llegar allí, basada en el estado actual de su empresa. Esto también se aplica a las iniciativas de sostenibilidad no relacionadas con viajes.

Además de tener su propia empresa en orden, amplíe su alcance para incluir toda su cadena de valor de proveedores y socios estratégicos.

“El departamento de compras desempeña un papel clave en la selección de proveedores preferidos. Además de negociar tarifas especiales, busque proveedores preferidos que demuestren credenciales de sostenibilidad”, declaró Muller. “Comuníquese con sus proveedores actuales, empresas de gestión de viajes y socios estratégicos para comprender cuáles son sus huellas de carbono, si informan de ello, y qué tipos de iniciativas de sostenibilidad y programas de reducción de emisiones tienen en marcha”.

“

Comuníquese con sus proveedores actuales, empresas de gestión de viajes y socios estratégicos para comprender cuáles son sus huellas de carbono, si informan de ello, y qué tipos de iniciativas de sostenibilidad y programas de reducción de emisiones tienen en marcha.

Sylvain Muller, responsable de Estrategia de Productos y Sostenibilidad, SAP Concur

”



Plantar la semilla en toda la organización

Para ser eficaz, la sostenibilidad debe ser un esfuerzo colectivo, y debe darse en toda su organización y en todo su ecosistema de socios.

En lugar de exigir cambios en las políticas, nuestros expertos recomiendan primero involucrar a los empleados para identificar lo bien que comprenden la sostenibilidad, cómo relacionan el tema con el rol, su disposición a participar y sus pensamientos sobre la iniciativa. Utilice esa información para guiar su programa y sus políticas.

A continuación, cree un flujo continuo de comunicación para mantener fuerte ese compromiso y refuerce los objetivos, el propósito y su función en la iniciativa.

“La colaboración, la comunicación y la educación son realmente esenciales”, dijo Muller. “A ninguno de nosotros nos gusta que nos den órdenes, ni en nuestras vidas personales ni profesionales. Aumentar la concienciación y mantener a los empleados comprometidos y motivados es fundamental para el éxito. Son las personas las que impulsarán su programa a través de sus acciones”.

Muller recomienda comunicarse a través de múltiples canales.

“He visto que las empresas crean espacios de equipo, canales de Slack y boletines informativos centrados en la sostenibilidad para crear un flujo constante de comunicación para mantener ese impulso”, dijo. “Algunos se centran específicamente en viajeros frecuentes con mensajes muy específicos, mientras que otros tienen una distribución más amplia”.

Por supuesto, lo que los empleados observan es tan crítico como la comunicación.

Debe de haber una correlación entre los valores que dice tener una organización y los que practica. Por lo tanto, es fundamental que los líderes de la alta dirección se impliquen, permanezcan involucrados y lideren con el ejemplo.



“Aumentar la concienciación y mantener a los empleados comprometidos y motivados es fundamental para el éxito. Son las personas las que impulsarán su programa a través de sus acciones”.

Sylvain Muller, responsable de Estrategia de Productos y Sostenibilidad, SAP Concur

Empoderar a los empleados para que tomen decisiones sostenibles

Cuando se trata de impulsar la sostenibilidad, especialmente en lo que respecta a los viajes de negocios, es imperativo guiar a los empleados para que tomen decisiones ecológicas.

“Tener una solución integral de gestión de T&E contribuye en gran medida al éxito de un programa de sostenibilidad, porque la forma de reducir el impacto medioambiental es tomar decisiones más sostenibles en la etapa de planificación, cuando los empleados están mejor posicionados para evitar y reducir las emisiones para el viaje que se están preparando para reservar”, dijo Muller.

Por ejemplo, si una organización utiliza la herramienta de reserva en línea Concur® Travel, sus líderes pueden añadir un mensaje de sostenibilidad personalizado en la pantalla de inicio y ofrecer indicaciones, sugerir diferentes modalidades y marcar las opciones más respetuosas con el medio ambiente, así como los proveedores preferidos, a medida que el viajero realiza el proceso de reserva. Si se trata de un viaje de un día, aparecerá un mensaje para confirmar que el viaje es realmente necesario.

Si el viajero puede llegar a su destino en tren en lugar de en avión, en un tiempo razonable, la solución producirá automáticamente un mensaje en pantalla que le pedirá a esa persona que considere cambiar su modo de transporte y que vea ambas opciones en la pantalla para su revisión.

También educa a los viajeros, a medida que buscan opciones de viaje, para que comprendan cómo afecta a las emisiones de CO2 elegir un transportista que utilice combustible de aviación sostenible frente a uno que siga impulsado por

combustible fósil. Pueden ver comparaciones de emisiones para hacer sus elecciones, así como comparaciones de costes. Por lo tanto, no solo están equipados para tomar la decisión de reserva óptima, sino que también desarrollan sus conocimientos sobre sostenibilidad medioambiental a medida que avanzan.

Ese mismo tipo de indicaciones lleva a los viajeros a alquilar automóviles híbridos o eléctricos, así como a hoteles seguros y ecológicos, y a aquellos que ofrecen recibos electrónicos.

Además, para animar a los empleados a tomar decisiones sostenibles, algunos países, como Francia y Alemania, han empezado a sustituir las asignaciones de vehículos corporativos tradicionales por “presupuestos de movilidad”. Estos presupuestos de movilidad dan a los empleados la libertad de elegir cómo quieren ir del punto A al punto B, para que puedan optar por opciones más respetuosas con el medio ambiente, como el transporte público, el transporte compartido o incluso el alquiler de bicicletas, y gastar los costes a través de su solución de T&E.

Es importante tener en cuenta que ninguno de estos enfoques añade tiempo o complicaciones al proceso de reserva o reembolso, ni obliga a los empleados a elegir siempre la opción más ecológica. Simplemente presentan opciones a los viajeros y les dan la libertad de tomar la mejor decisión, para ellos mismos, para su empresa y para el medio ambiente.

Analizar su progreso

Así como los líderes de la empresa consultan los paneles financieros y de rendimiento, necesitan esa misma visión del mundo para evaluar su progreso en materia de sostenibilidad a lo largo del año.

“Tenemos una capacidad de generación de informes que puede mostrar tendencias mensualmente y realizar mediciones con respecto a su referencia establecida”, dijo Muller. “Normalmente, hay una estacionalidad a tener en cuenta. Por ejemplo, la mayoría de las empresas presentan una disminución de los viajes en noviembre y diciembre. Por lo tanto, es importante examinar sus datos de forma regular para obtener una imagen real de su progreso y el impacto de iniciativas específicas, como una semana sin viajes por trimestre”.

“Creo que es importante comprender que las herramientas que las empresas necesitan para gestionar la sostenibilidad, desde una perspectiva de T&E, ya están disponibles en la actualidad y están evolucionando rápidamente”, dijo Muller. No hay razón para esperar”.

Sylvain Muller, responsable de Estrategia de Productos y Sostenibilidad, SAP Concur

Esta gobernanza continua también es clave para crear una cultura de mejora continua.

Por ejemplo, los líderes pueden profundizar en los datos para ver por qué ciertas regiones o departamentos tienen una mayor huella de carbono, o están tendiendo al alza mientras que otros están tendiendo a la baja. ¿Se trata de un área de desarrollo empresarial en la que se necesitan viajes presenciales de un día para cerrar el trato? ¿O es un departamento acostumbrado a las reuniones mensuales de equipo que podrían manejarse de forma virtual con la misma facilidad, incluso si son solo seis meses al año? Al comprender el motivo que hay detrás del comportamiento, las organizaciones tienen una mejor oportunidad de impulsar el cambio.

Además, hay aplicaciones que permiten a los líderes medir el impacto de la iniciativa desde la perspectiva del empleado. Al superponer los datos de opiniones de los empleados con los datos de gastos operativos, los líderes también pueden comprender mejor la correlación que existe entre la experiencia del empleado y la sostenibilidad.

“Creo que es importante comprender que las herramientas que las empresas necesitan para gestionar la sostenibilidad, desde una perspectiva de T&E, ya están disponibles en la actualidad y están evolucionando rápidamente”, dijo Muller. “No hay razón para esperar”.

Preservar el futuro tomando medidas hoy

Aunque los programas de sostenibilidad requieren un esfuerzo conjunto y un cambio de comportamiento, los resultados merecen el esfuerzo.

“Cuando las empresas implementan programas que reducen las emisiones, no solo hacen lo correcto por el medio ambiente, sino que también hacen lo correcto por su negocio. La mayoría de las organizaciones con estrategias de sostenibilidad implementadas aumentan sus resultados, tienen más probabilidades de retener a sus empleados y atraer a más accionistas”, dijo Muller.

“El objetivo inherente de la sostenibilidad es garantizar que el mundo siga siendo un lugar donde las personas puedan vivir y las generaciones futuras puedan prosperar. Eso significa que la empresa tendrá la fuerza laboral, los clientes y la oportunidad de cumplir con su misión durante años”.



Para obtener más información sobre cómo las soluciones SAP® Concur® pueden ayudar a su organización a impulsar sus iniciativas de sostenibilidad, **consulte nuestro sitio web.**

Siga las indicaciones de SAP Concur



Más información en concur.com

INFORME TÉCNICO DE RESULTADOS EMPRESARIALES EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD ENT esES (05/22)

© 2022 SAP SE o una empresa afiliada de SAP. Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida o transmitida de ninguna forma o para ningún fin sin el permiso expreso de SAP SE o de una empresa afiliada de SAP. La información contenida en el presente documento puede cambiar sin previo aviso. Algunos productos de software comercializados por SAP SE y sus distribuidores contienen componentes de software exclusivos de otros proveedores de software. Las especificaciones nacionales sobre productos pueden variar. SAP SE o una empresa afiliada de SAP proporcionan estos materiales únicamente con fines informativos, sin declaraciones ni garantías de ningún tipo, y SAP o sus empresas afiliadas no serán responsables de errores u omisiones con respecto a los materiales. Las únicas garantías de los productos y servicios de SAP o la empresa afiliada de SAP son aquellas que se establecen en las declaraciones de garantía expresa que acompañan a dichos productos y servicios, si los hubiera. Nada de lo contenido en el presente documento debe interpretarse como una garantía adicional. En particular, SAP SE o sus empresas afiliadas no tienen obligación de desarrollar ningún tipo de actividad comercial descrita en este documento o cualquier presentación relacionada, ni desarrollar o publicar ninguna funcionalidad mencionada en el mismo. Este documento, o cualquier presentación relacionada, así como la estrategia de SAP SE o de sus empresas afiliadas y posibles futuros desarrollos, productos o plataformas, instrucciones y funcionalidad están sujetos a cambios y pueden ser modificados por SAP SE o sus empresas afiliadas en cualquier momento, por cualquier motivo y sin previo aviso. La información contenida en este documento no constituye un compromiso, promesa u obligación legal de entregar ningún material, código o funcionalidad. Todas las declaraciones a futuro están sujetas a diversos riesgos e incertidumbres que podrían hacer que los resultados reales difirieran materialmente de las expectativas. Se advierte a los lectores que no deben confiar indebidamente en estas declaraciones prospectivas, y no deben confiar en ellas para tomar decisiones de compra. SAP y otros productos y servicios SAP mencionados en el presente documento, así como sus respectivos logotipos, son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de SAP SE (o una empresa afiliada de SAP) en Alemania y otros países. Todos los demás nombres de productos y servicios mencionados son marcas comerciales de sus respectivas empresas. Véase <http://www.sap.com/corporate-en/legal/copyright/index.epx> para obtener información y avisos de marcas comerciales adicionales.

FUENTES:

¹ Corporate Travel Sustainability Index, 2021

² <https://guides.library.yale.edu/c.php?g=296179&p=2582471>

³ <https://www.wri.org/research/business-travel-ghg-emissions-analysis>

⁴ <https://www.fastcompany.com/90632762/its-time-to-reassess-the-role-of-business-travel-in-global-warming>

⁵ <https://www.reuters.com/business/aerospace-defense/corporate-business-travel-carbon-budgets-loom-airlines-2021-10-10/#:~:text=Flying%20business%20class%20emits%20about,to%20a%20World%20Bank%20study>.