



#OCTUBRE 2024

HOJA DE RUTA

de las ESG en los viajes de empresas



FORUM
BUSINESS TRAVEL
& EVENTS



LUFTHANSA
GROUP

PROPÓSITO

Forum Business Travel & Events y Lufthansa Group presentan el primer estudio elaborado en España sobre el grado de implantación de las políticas de sostenibilidad medioambiental en los viajes de negocios como parte de la estrategia de ESG en las medianas y grandes empresas.

En un contexto en el que el grado de concienciación de la sociedad, el mercado y las administraciones públicas ha crecido notablemente en los últimos años, los viajes y eventos corporativos no pueden ser ajenos al cumplimiento de los objetivos marcados por la ONU (ODS).

Aunque algunas empresas pioneras empezaron a tomar las primeras medidas hace una década, lo cierto es que queda mucho camino por recorrer. En este escenario, y dada la ausencia de informes al respecto, el presente estudio responde a la necesidad de pulsar la situación real en que se encuentra el mercado del Business Travel & MICE en nuestro país a través de la experiencia de los responsables de las políticas de viajes y eventos.

Esperamos que los datos y conclusiones que se desarrollan a continuación sirvan para mejorar las prácticas corporativas, en las que resulta esencial la cooperación entre las empresas y los proveedores de los distintos segmentos del sector.



PARTICIPANTES

Porcentaje por departamentos



Otros 34%



Compras 20%



Servicios Generales 18%



Recursos Humanos 16%

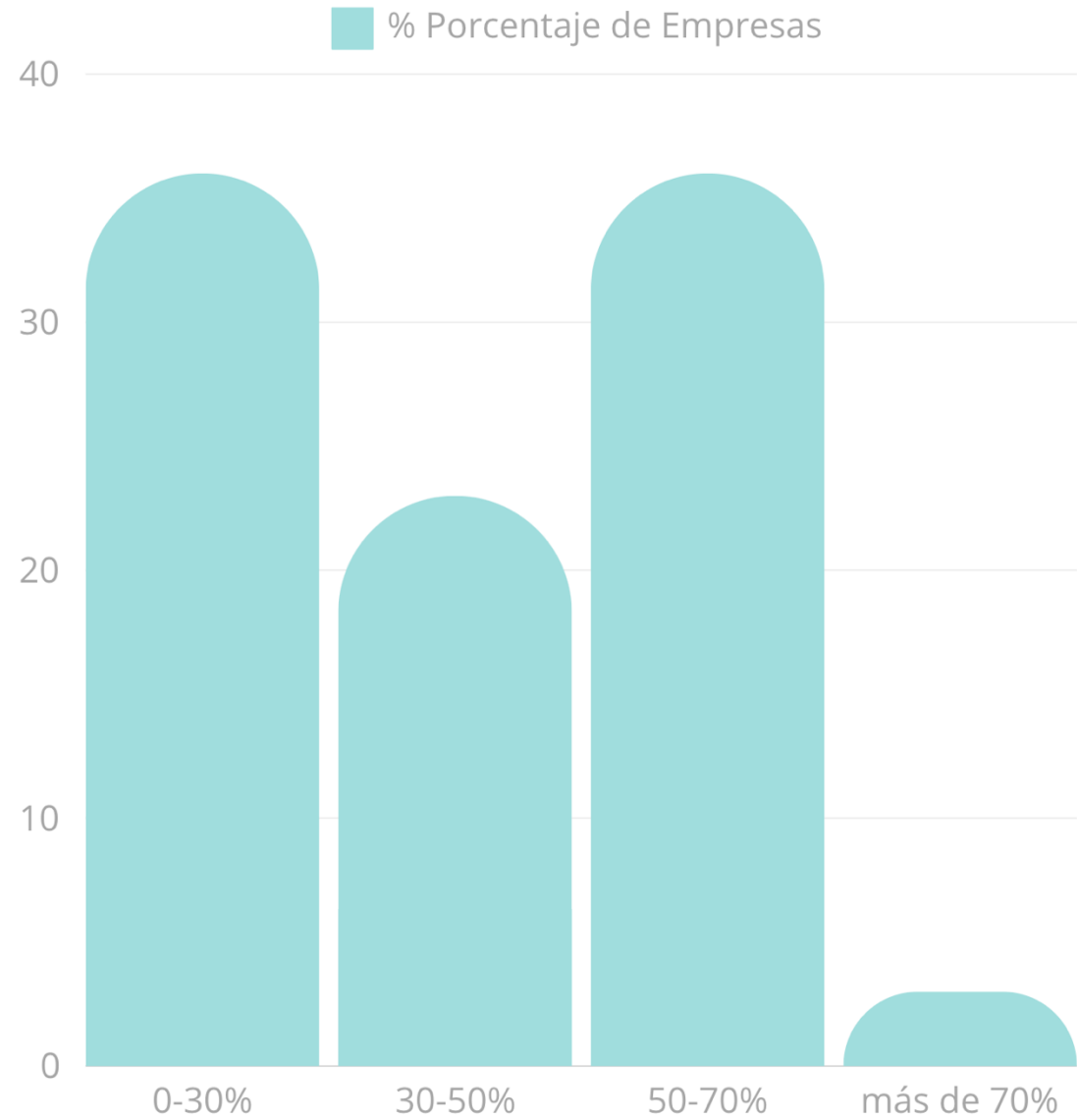


Financiero 12%



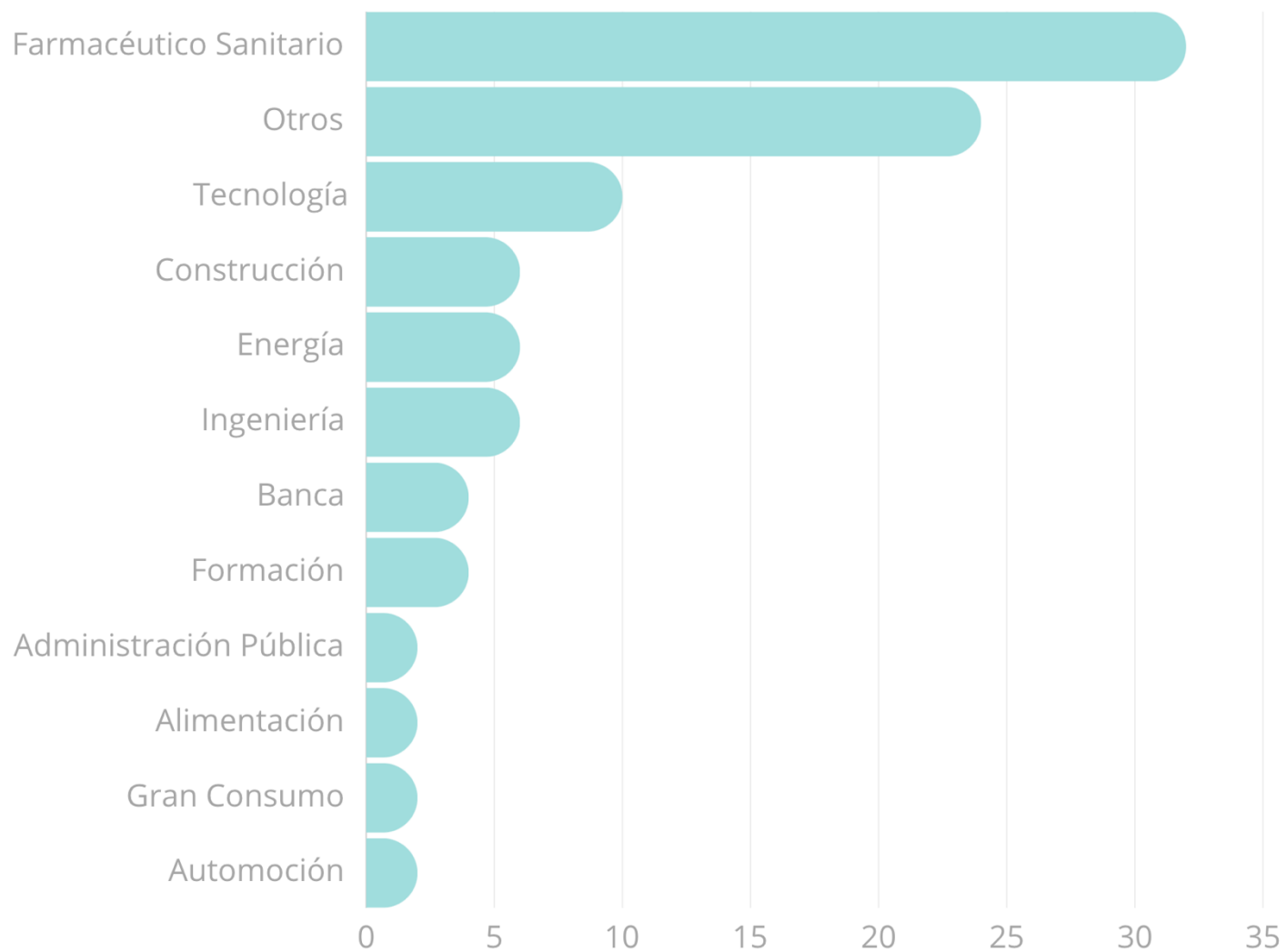
PARTICIPANTES

Porcentaje de empleados de la empresa que viajan en un año



PARTICIPANTES

Porcentaje por segmentos de mercado



ACCESO A LOS DATOS

El acceso a una información fiable sobre la huella de carbono que generan los viajes y eventos corporativos es uno de los grandes caballos de batalla para poder contar con una base de análisis coherente y contrastada que permita tomar decisiones y fijar objetivos.

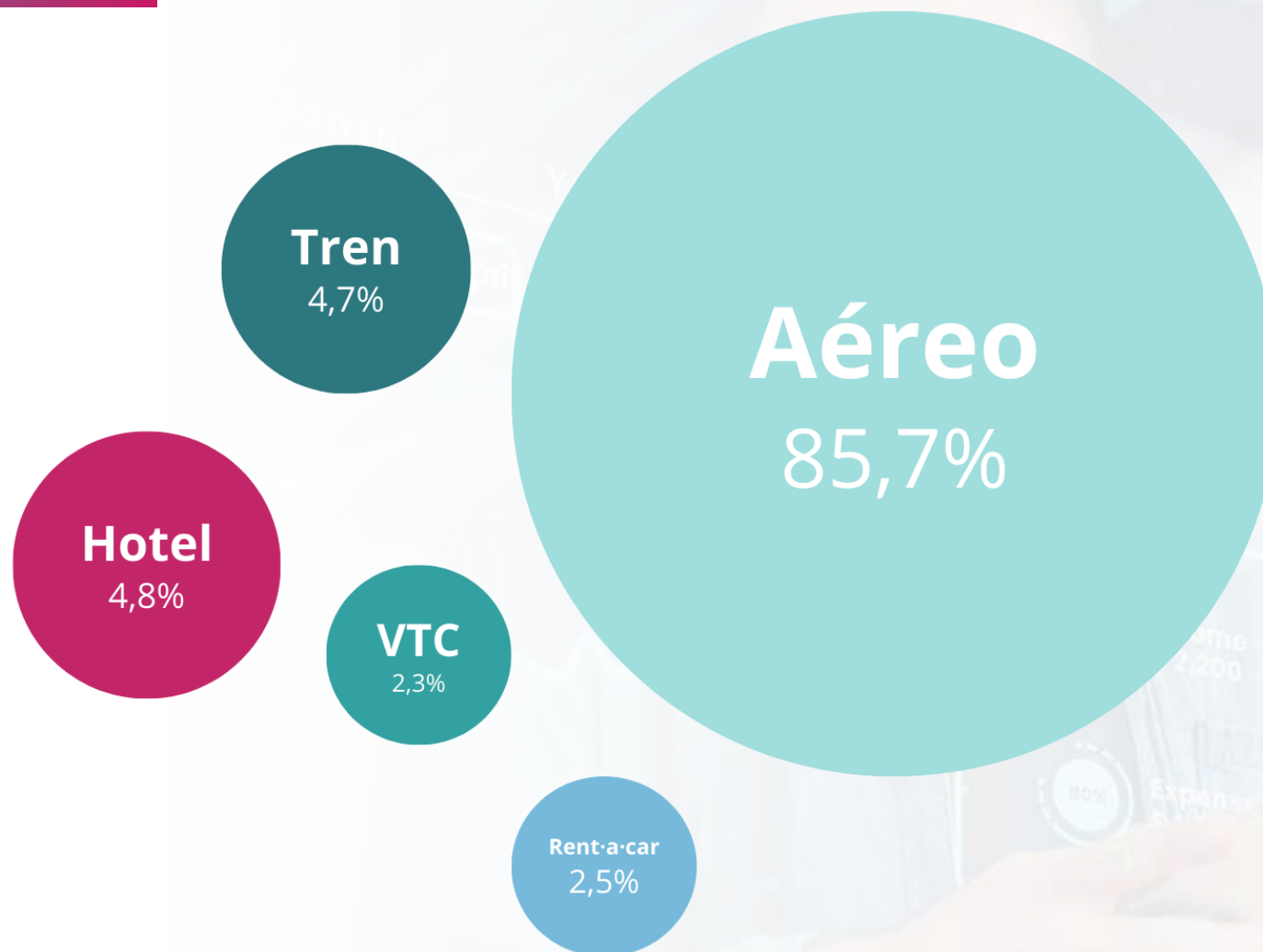
Los resultados de la encuesta revelan la enorme desproporción que existe en los distintos segmentos del Business Travel & MICE. Mientras que el 85,7% declara recibir datos sobre las emisiones por parte de las compañías aéreas, en el caso del tren o del alojamiento no llegan al 5%, aún menor en el caso de los coches de alquiler o de los vehículos con conductor (VTC).

Una queja común entre los travel managers son las diferencias de criterio entre los distintos proveedores a la hora de recoger y procesar los datos, lo que dificulta la comparación.



ACCESO A LOS DATOS

¿Recibís información de las emisiones de vuestros viajes de empresa de los siguientes servicios?

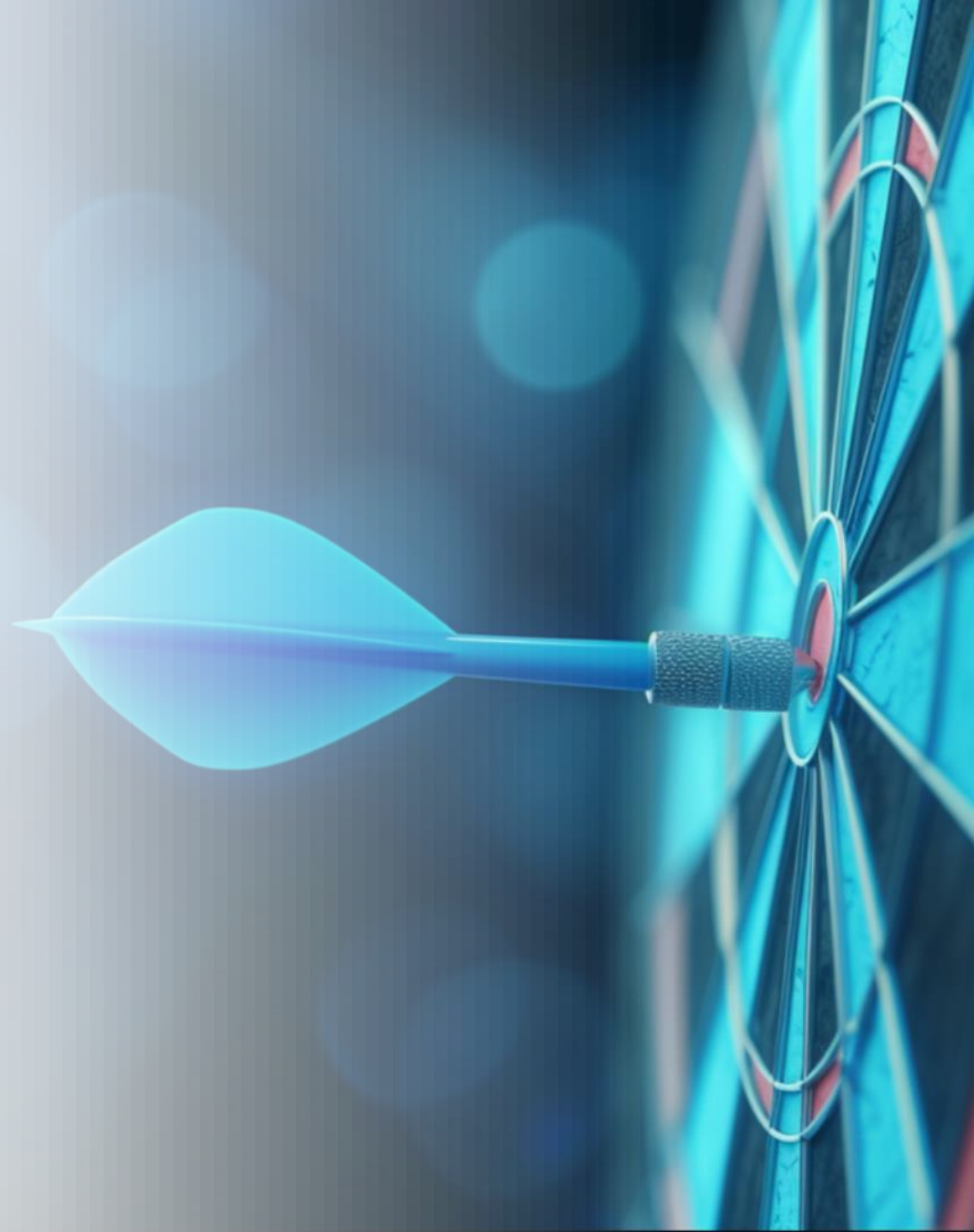


OBJETIVOS

La mayoría (68%) de los responsables de viajes de las empresas consultadas afirma seguir objetivos de reducción de la huella de carbono marcados por la dirección general, en comparación con el 24% que no cuenta con esas directrices y un 8% que no conoce la política corporativa en ese aspecto.

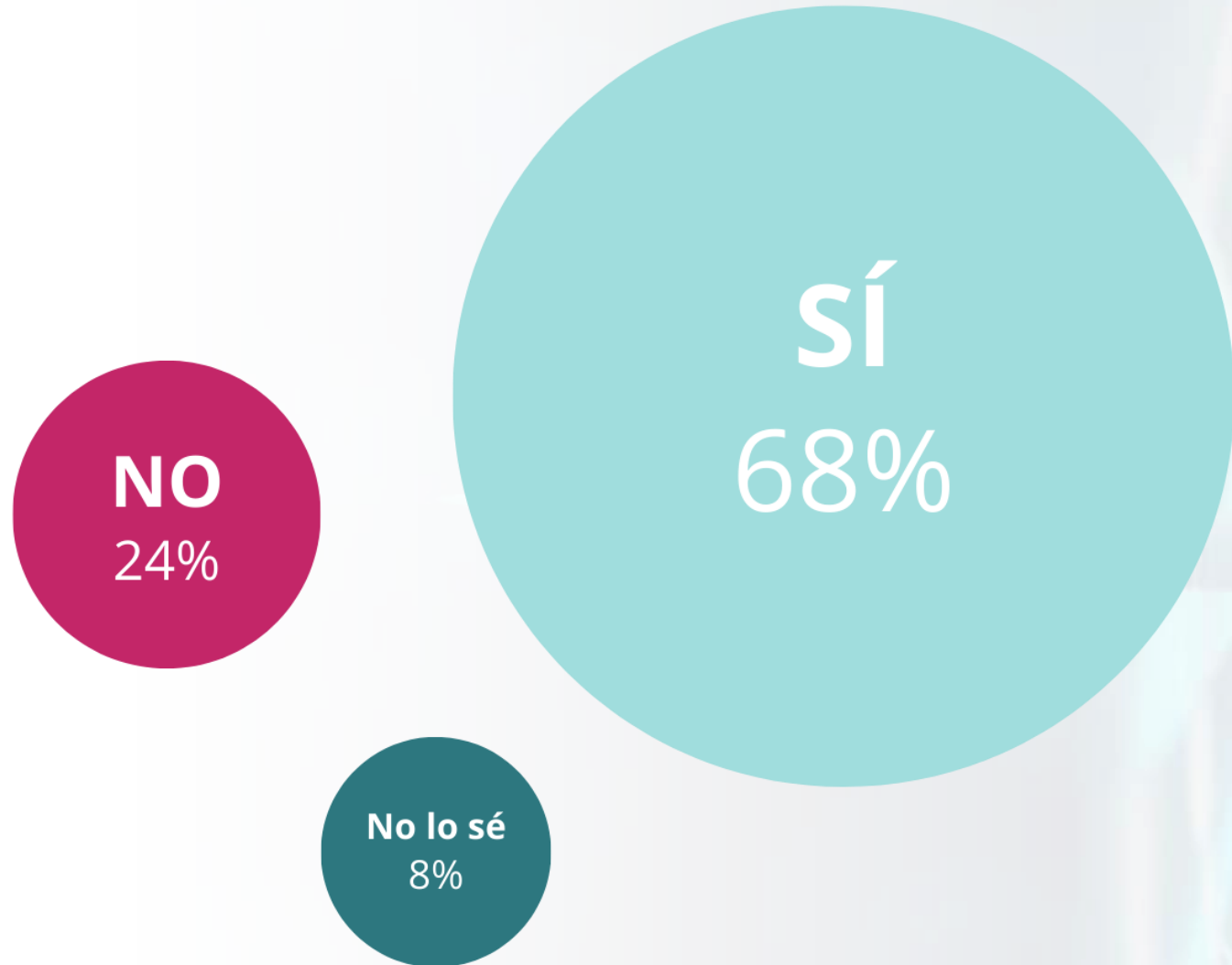
El grado de concreción de las medidas para alcanzar esas metas es muy bajo, ya que la mayoría, un 44%, solo hace una mención genérica sobre la necesidad de reducir emisiones. En los casos en los que sí se proponen medidas más claras, destaca el fomento del comportamiento de los viajeros (17%) o la elaboración de informes específicos (14%).

En menor proporción se citan la priorización de proveedores que emiten menos (9%) o compensan (3%) y participar en programas como el del biocombustible SAF (2%).



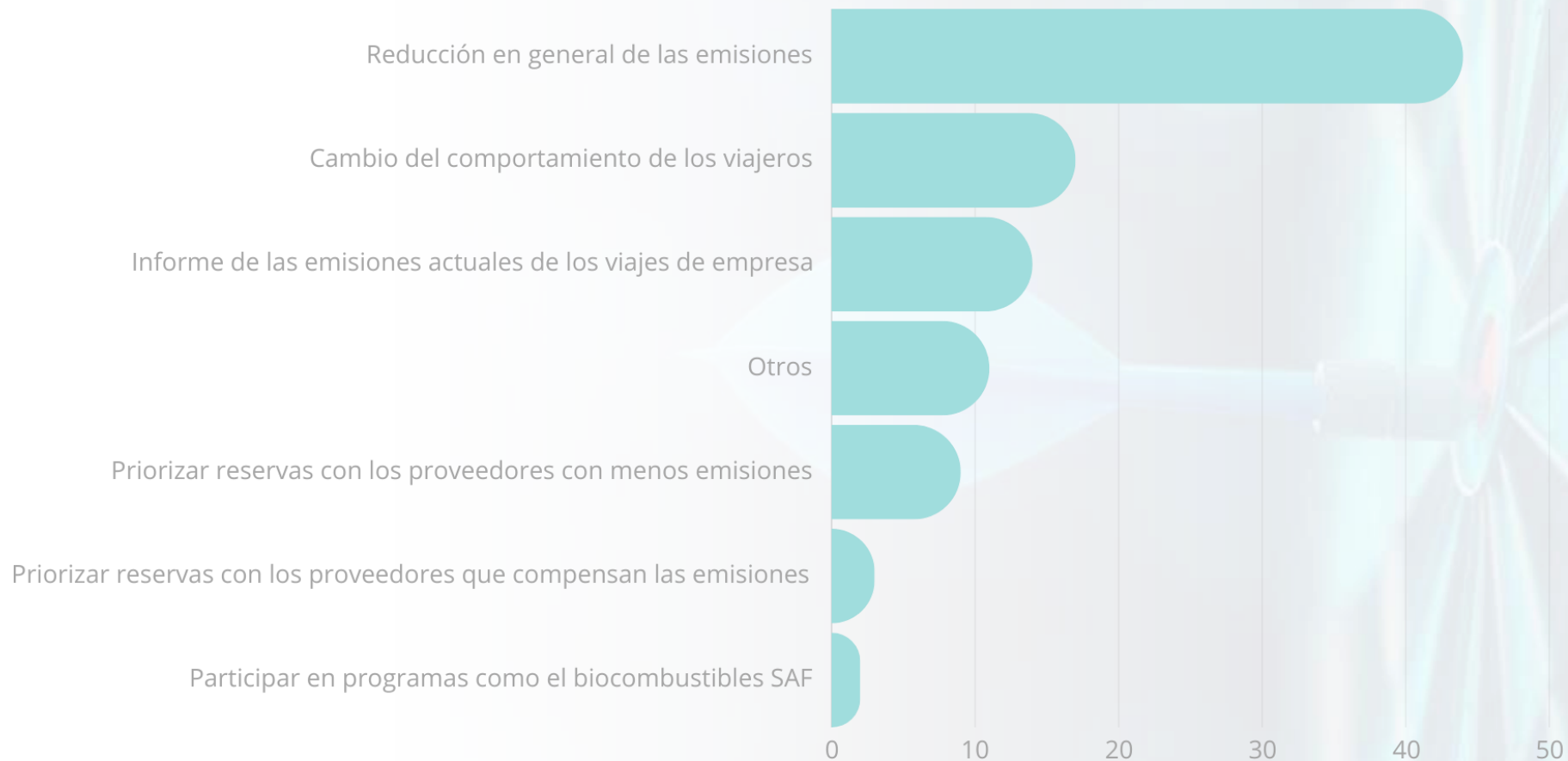
OBJETIVOS

¿Tu empresa ha establecido objetivos de reducción de la huella de carbono en los viajes de empresa?



OBJETIVOS

¿Qué objetivos se han marcado al equipo que gestiona los viajes de empresa para que consiga la reducción de las emisiones?



MOTIVACIONES

Queda muy poco tiempo y las empresas han empezado a ver las orejas al lobo ante la entrada en vigor en 2025 de la Directiva de Reporte de Sostenibilidad Corporativa (CSRD). Hasta el punto que aparece en el sondeo como la primera motivación para poner en marcha una política de reducción continua, un 32% del total de los encuestados.

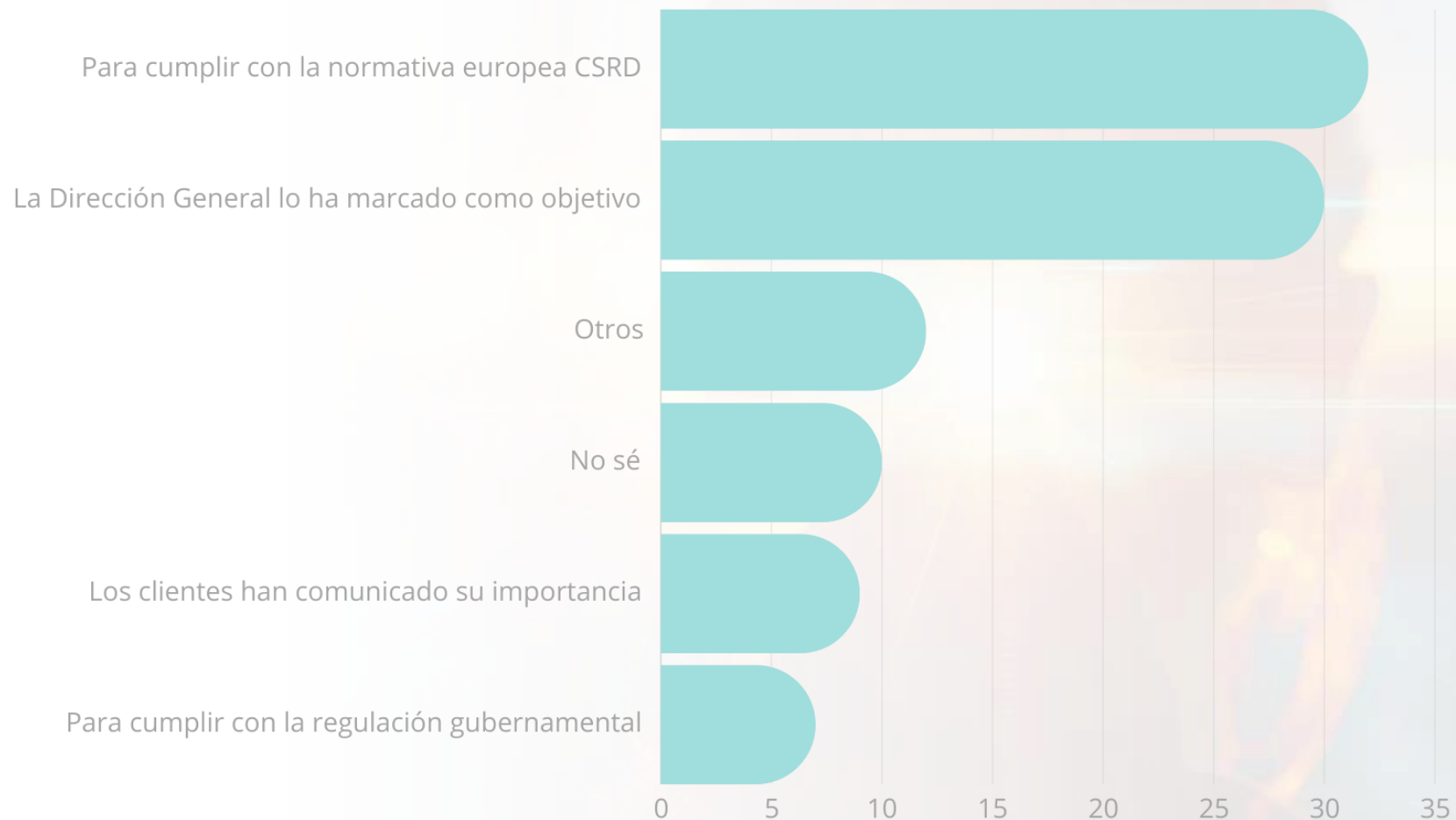
En un porcentaje muy similar (30%) los travel managers responden que la decisión viene de arriba, de la dirección general. Es muy posible que esta cadena de mando haya arrancado también ante la inminente aplicación de la normativa europea.

Destacan además, aunque mucho menos relevantes (9%), las contestaciones que hacen mención a las necesidades de los clientes que consideran importante la estrategia de sostenibilidad de sus proveedores.



MOTIVACIONES

¿Cuáles son las razones por las que tu empresa busca la reducción de las emisiones en los viajes de empresa?



POLÍTICA, RFPs y CONTRATOS

Los resultados de la encuesta señalan que una mayoría (58%) de las empresas ha modificado su política de viajes para incluir criterios de sostenibilidad en los desplazamientos corporativos, frente al 36% que no lo ha hecho.

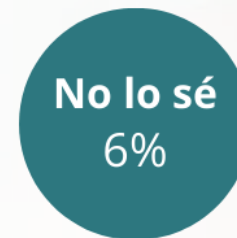
En muchos casos (61%), estos cambios han supuesto además una ampliación de los RFPs lanzados a los proveedores para incorporar preguntas o criterios relacionados con su estrategia de reducción de emisiones.

Las decisiones de compra se inclinan en un 54% de los casos por priorizar a los proveedores más comprometidos "si hay igualdad en el resto de los criterios". No obstante, un 18% de los encuestados considera que "el precio está por encima de la sostenibilidad". Para un 12% tiene una "alta prioridad", mientras que el 16% reconoce no tener en cuenta estas consideraciones.



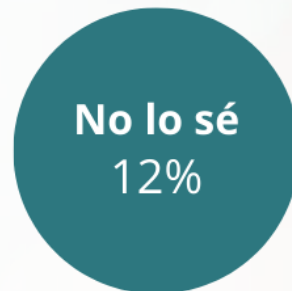
CAMBIOS DE POLÍTICA

¿Tu empresa ha modificado su política de viajes para incorporar criterios de sostenibilidad?



RFPs

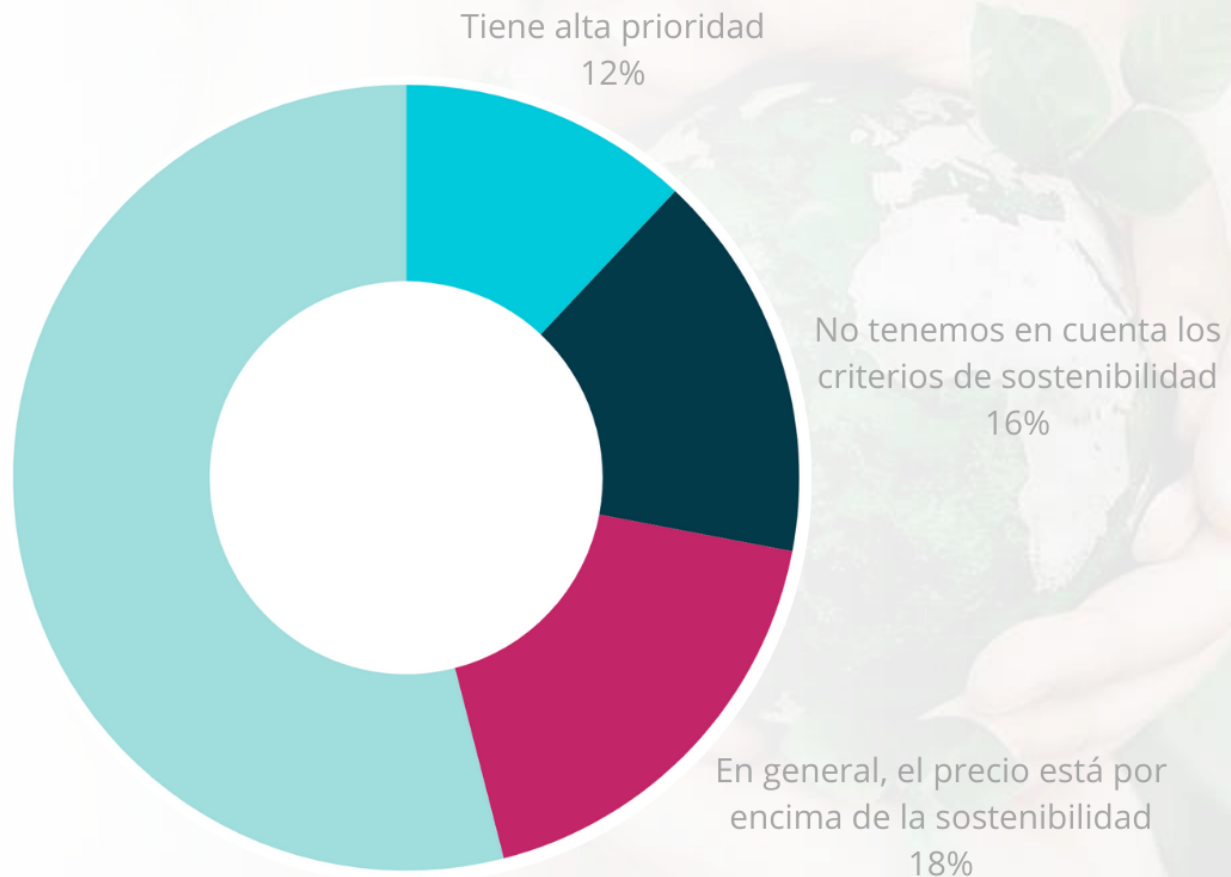
¿Tu empresa incorpora preguntas sobre las emisiones por servicio en sus RFPs a proveedores?



CONTRATOS

¿Tu empresa firma contratos con proveedores basados en criterios de emisiones?

Si hay igualdad en el resto de criterios, sí
54%





LA VISIÓN DEL **TRAVEL MANAGER**

La encuesta realizada como trabajo de campo para la elaboración del estudio se complementa con una serie de entrevistas personales realizadas a gestores de viajes de empresas con sede o delegación en España en sectores como el farmacéutico, la industria, la tecnología, la energía, la construcción o las finanzas. Debido a la política de confidencialidad de algunas corporaciones, las identidades no son reveladas, pero sus valiosos testimonios se resumen en los distintos apartados presentados a continuación.

IMPORTANCIA

de la sostenibilidad



- En términos generales, todos los travel managers entrevistados afirman que sus empresas se encuentran muy comprometidas con la sostenibilidad.
- Las corporaciones más grandes cuentan con departamentos específicos creados hace años, sobre todo en sectores como la industria, la energía o el farmacéutico.
- Con el tiempo, han ido evolucionando desde criterios puramente medioambientales hasta una visión más amplia que incluye buenas prácticas laborales, sociales y de gobernanza (ESG).
- Los gestores de los viajes corporativos suelen tener contacto directo con el responsable del departamento de sostenibilidad para poder alinear la política de viajes con los objetivos de la empresa.

OBJETIVOS

de reducción de la
huella de carbono



- La referencia más común de las empresas para los objetivos de reducción de la huella de carbono es el ODS 13 de la ONU, que establece un 45% en 2030 sobre los niveles de 2010 y cero emisiones netas en 2050.
- Algunas son más ambiciosas en sus objetivos de descarbonización con plazos más cortos para alcanzar este propósito. Los ámbitos de actuación se extienden, además de los desplazamientos corporativos, a la adquisición de materia prima, los procesos productivos, las instalaciones laborales o la logística.
- En los casos más avanzados, se realizan análisis de riesgos y oportunidades del cambio climático en toda la cadena de valor, invirtiendo en tecnología sostenible, implantando sistemas de gestión ambiental certificados o estableciendo criterios de eficiencia energética.

CONCIENCIACIÓN

de los empleados
viajeros



- La clave que apuntan los travel managers para generar una cultura empresarial favorable a las buenas prácticas en materia medioambiental y social es la implicación de la dirección general.
- Más que imponer, los profesionales consultados se inclinan por la concienciación a través de campañas informativas, formación específica o de herramientas que faciliten a los empleados la orientación de sus reservas hacia opciones más sostenibles.
- La información que reciben los usuarios sobre el impacto medioambiental de sus viajes aún es incompleta.
- Los responsables de la política de viajes demandan sistemas de medición unificados y contrastables para poder realizar comparativas realistas y trazar unas directrices claras.

IMPLEMENTACIÓN

de la directiva CSRD



- Los informes que llegan a las empresas sobre sus emisiones de CO2 en los desplazamientos corporativos suelen proceder de la agencia de viajes (TMC).
- La clave está en que sea una plataforma donde se analice el viaje end-to-end con una metodología común para todos los procesos implicados y que sea auditable por organismos independientes.
- Algunas empresas están estudiando otras opciones para realizar los informes que exigirá la directiva CSRD a partir del año 2025, entre ellas el recurso a empresas externas especializadas.
- El segmento más avanzado hasta la fecha en el reporte de emisiones es el aéreo. La diferencia de criterios con otros proveedores, como el alojamiento el rent-a-car, genera confusión e incertidumbre sobre el cumplimiento de la normativa europea.



ACCIONES CONCRETAS

y cooperación con los
proveedores



- Las recomendaciones más frecuentes para reducir el impacto medioambiental de los viajes y eventos corporativos son reservar alojamientos más cercanos, fomentar la utilización del tren y del transporte público, priorizar los vuelos directos, compartir coches y taxis con otros compañeros, celebrar reuniones virtuales en la medida de lo posibles o reducir el número de participantes en las reuniones presenciales.
- Algunas empresas están entrando en los programas de compra de biocombustibles como el SAF para sus viajes de negocios, en cooperación con las aerolíneas. El problema que apuntan los encuestados es que la solución es cara. Además, se trata de un producto escaso por lo que la repercusión en la descarbonización sigue siendo residual.
- Normalmente, no existe un objetivo específico para reducción de emisiones en los viajes. Cuando es así, estos entran dentro de la estrategia común de descarbonización de toda la empresa.

EVOLUCIÓN FUTURA

de la ESG en la
gestión empresarial



- Las empresas son cada vez más conscientes de que su política de ESG es crucial para mantener su reputación corporativa. Los mercados están convencidos de que el futuro está en los modelos de negocio sostenibles.
- A pesar de que queda muchísimo camino por recorrer, los travel manager señalan que en los últimos diez años se ha producido un enorme avance en la implantación de la sostenibilidad, la responsabilidad social y la buena gobernanza en el ámbito empresarial.
- El sector privado reclama más implicación por parte de las administraciones públicas para que sus esfuerzos en ESG se vean recompensados, por ejemplo, en los concursos de adjudicación.



GRACIAS



FORUM
BUSINESS TRAVEL
& EVENTS
forumbusinessstravel.com



LUFTHANSA
GROUP
lufthansagroup.com