

ENCUESTA A VIAJEROS: **SOSTENIBILIDAD**

POR RESEARCH & INTELLIGENCE, BCD TRAVEL

Septiembre de 2023



SOBRE LA ENCUESTA

Esta encuesta explora la sostenibilidad ambiental en los viajes de negocios y analiza los comportamientos, motivaciones y actitudes de los viajeros hacia los viajes sostenibles.

Los resultados se basan en una encuesta en línea a **1.789 viajeros de negocios** de habla inglesa, realizada en todo el mundo del 11 al 23 de julio de 2023.

[Perfil del encuestado](#)

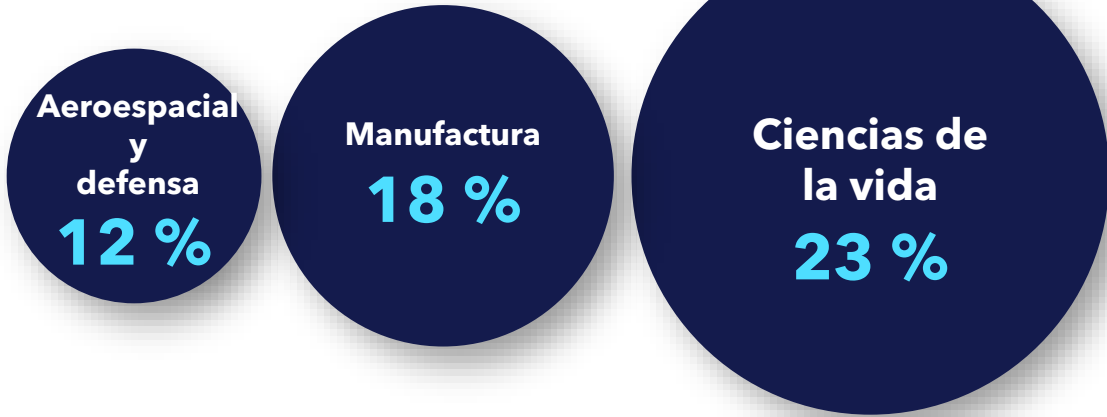
[Comportamiento sostenible de viaje](#)

[Programa de viajes sostenibles](#)

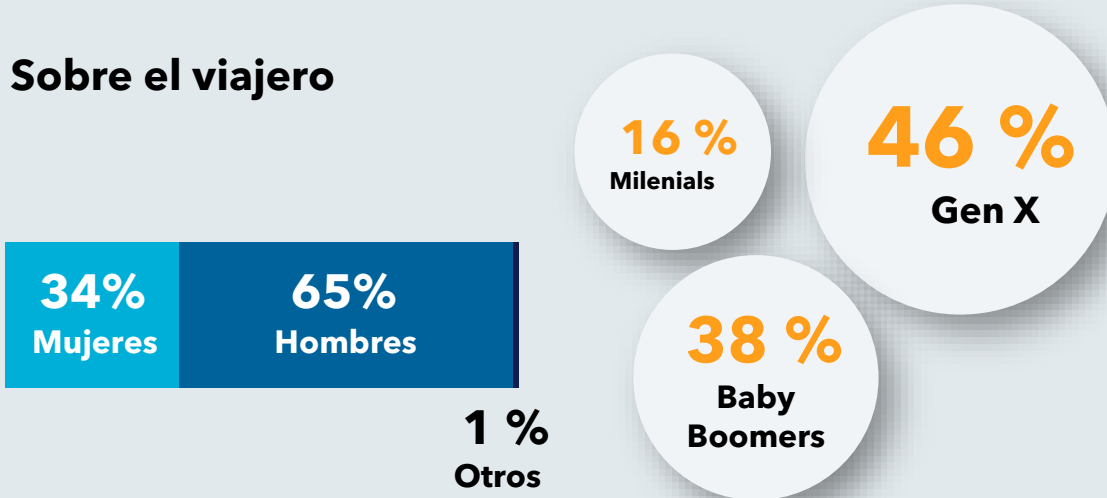
[Sostenibilidad de la empresa](#)

Perfil del encuestado

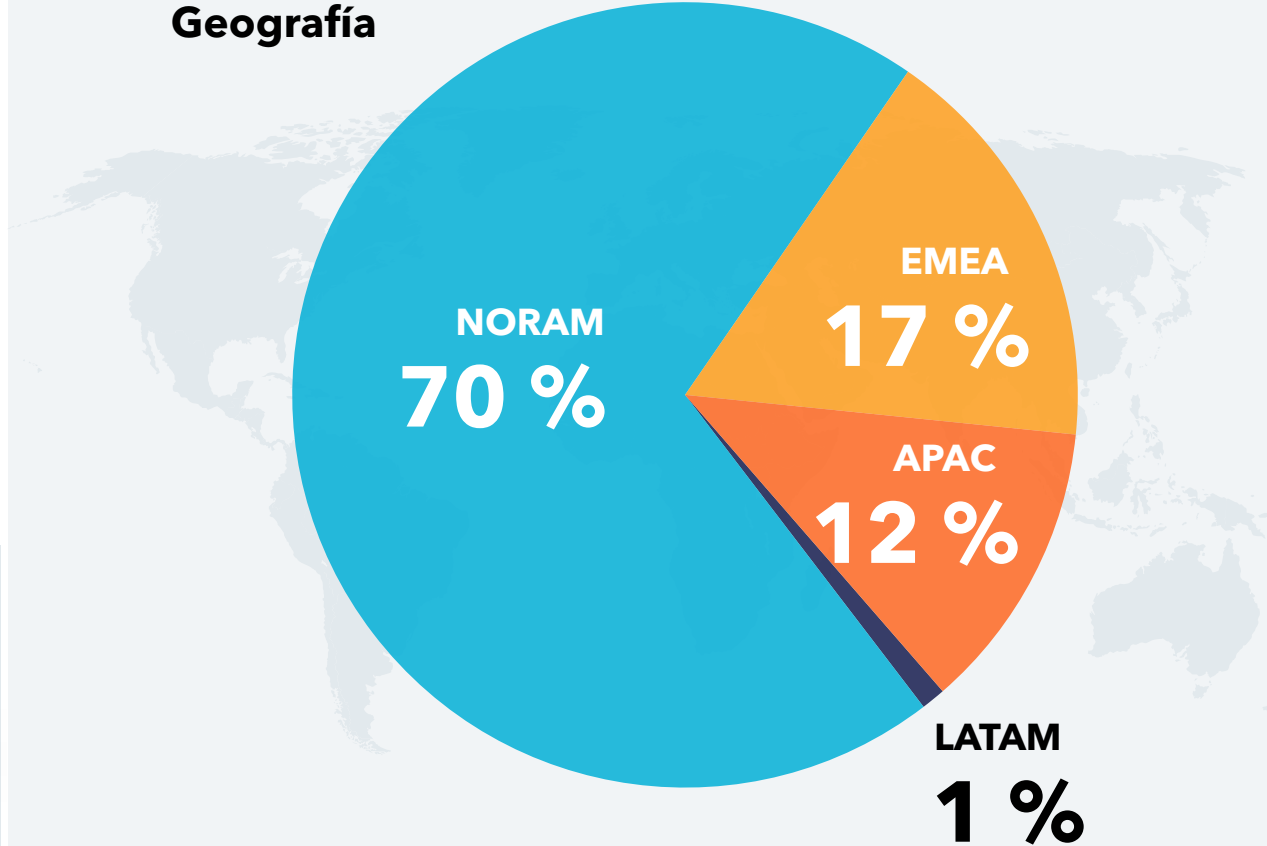
Las tres principales industrias



Sobre el viajero



Geografía



74 % trabaja para empresas con más de 10.000 empleados

Comportamiento sostenible de viaje

[Actitud de las empresas hacia los viajes sostenibles](#)

[Opciones de viaje sostenibles](#)

[Comportamiento sostenible del viajero](#)

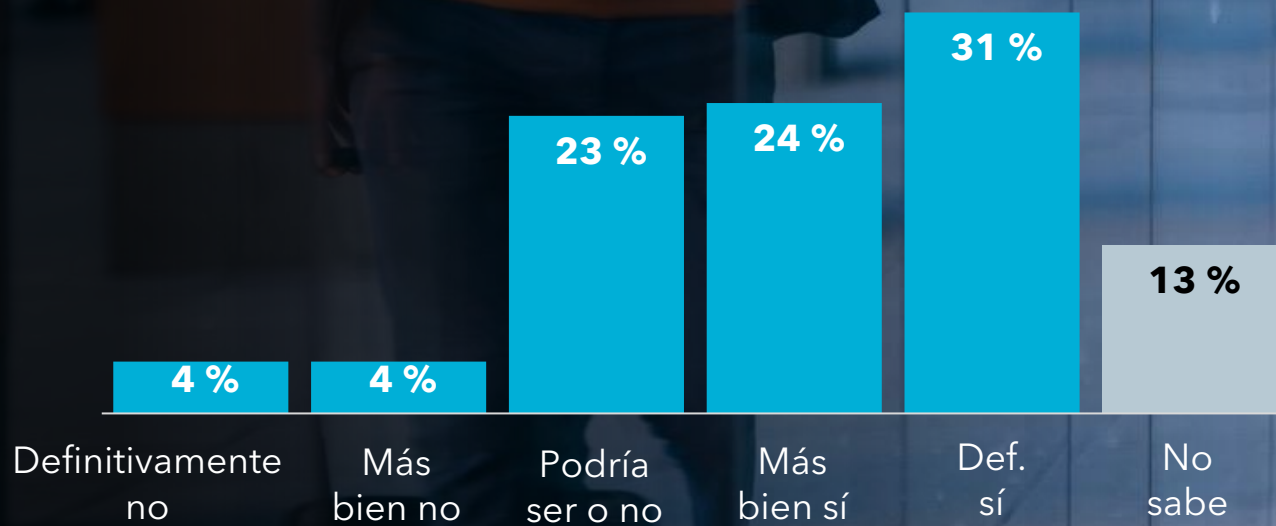
[Motivaciones para los viajes sostenibles](#)

[Impacto de la sostenibilidad: negocios vs. viajes de placer](#)

Actitud de las empresas hacia los viajes sostenibles

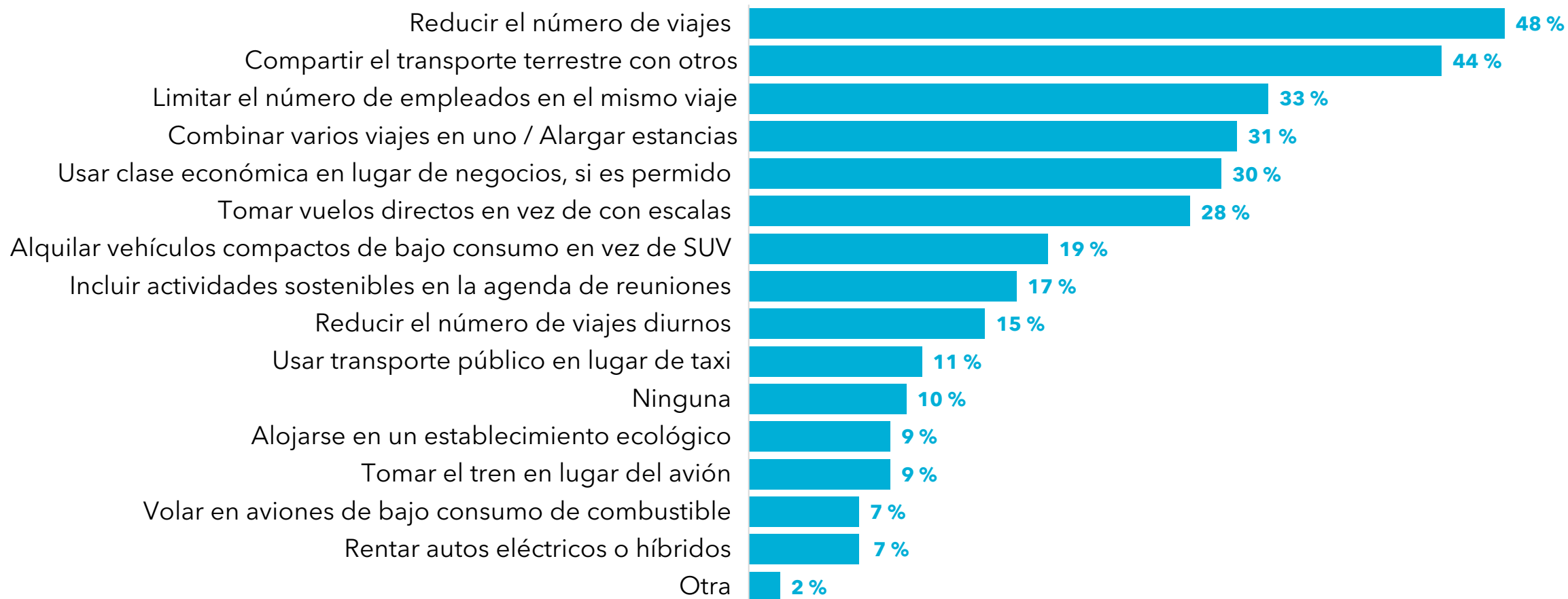
Más de la mitad de los viajeros están de acuerdo en que sus empresas fomentan los viajes sostenibles.

¿Su empleador fomenta los viajes sostenibles?



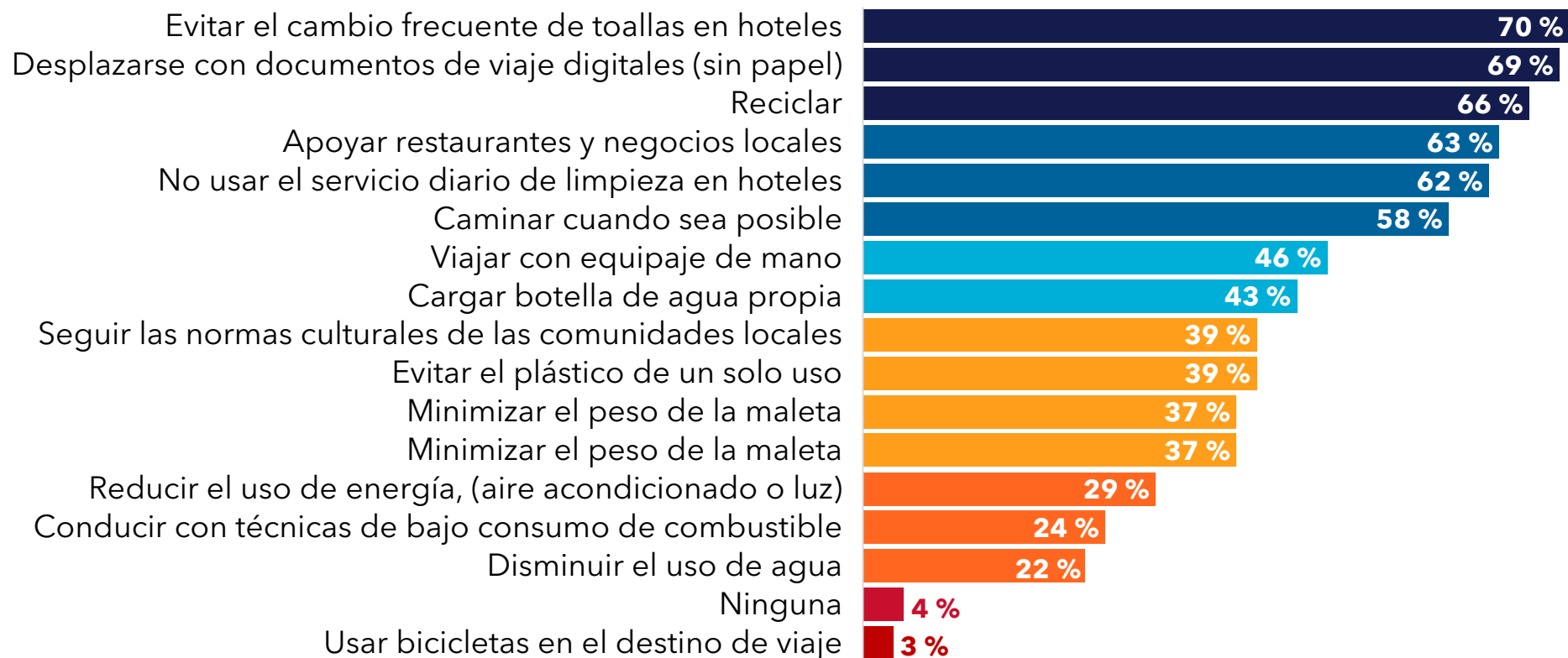
Opciones de viaje sostenibles

Viajar menos y compartir transporte terrestre al viajar son las opciones sostenibles más comunes alentadas por los empleadores: casi la mitad de los viajeros está de acuerdo.



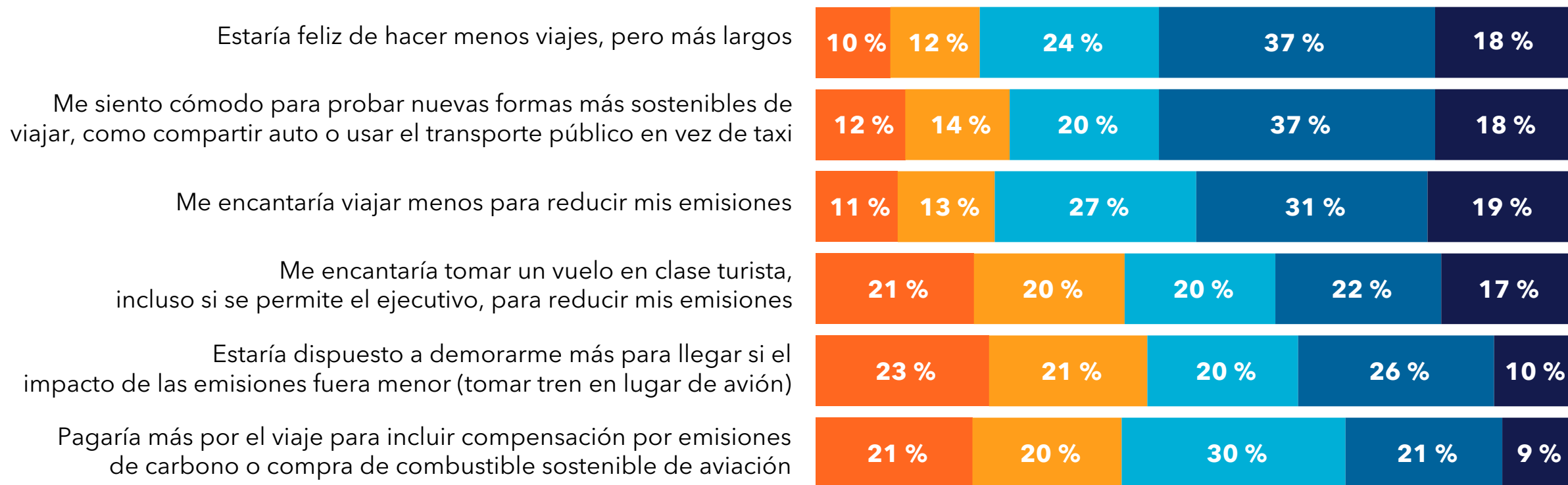
Comportamiento sostenible del viajero

Las prácticas sostenibles más populares adoptadas en los viajes se relacionan con las estancias en hoteles, donde siete de cada diez encuestados evitan el cambio frecuente de toallas, y seis de cada diez se abstienen del servicio diario de limpieza. Reciclar y desplazarse con documentos digitales de viaje (sin usar papel) son igualmente populares.



Comportamiento sostenible del viajero

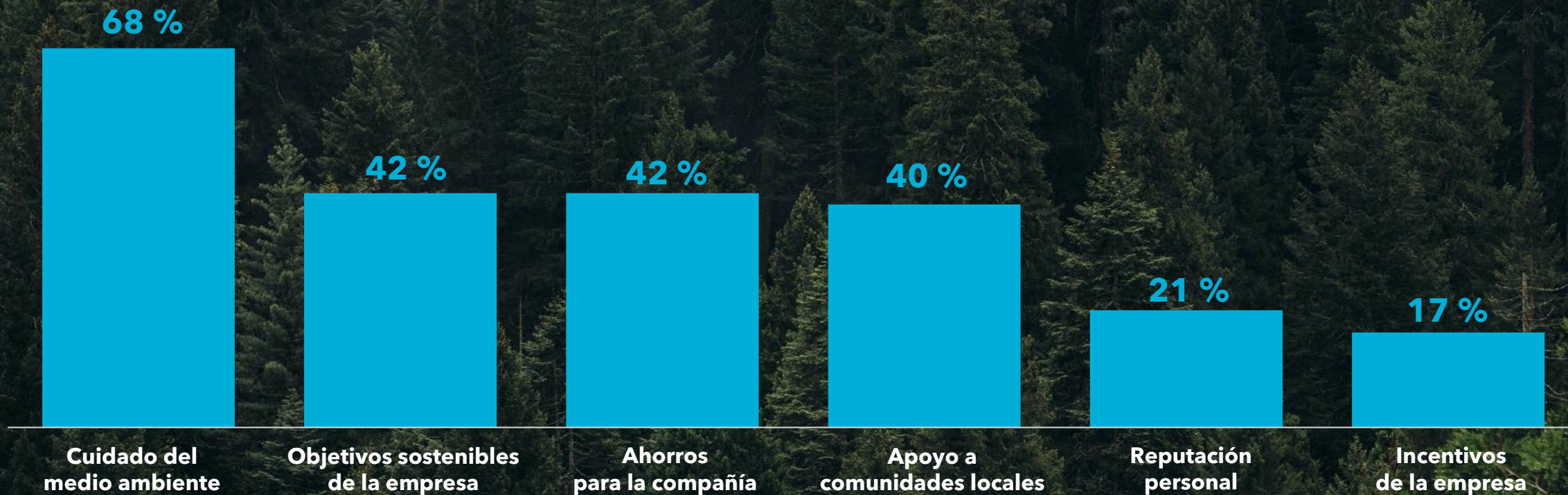
Mientras que más de la mitad de los viajeros están dispuestos a hacer menos viajes, pero hacerlos más extensos, así como a probar nuevas formas más sostenibles de desplazarse, solo el 30 % está dispuesto a pagar más por las opciones sostenibles.



■ **Muy en desacuerdo**
■ **Algo en desacuerdo**
■ **Ni de acuerdo ni en desacuerdo**
■ **Algo de acuerdo**
■ **Muy de acuerdo**

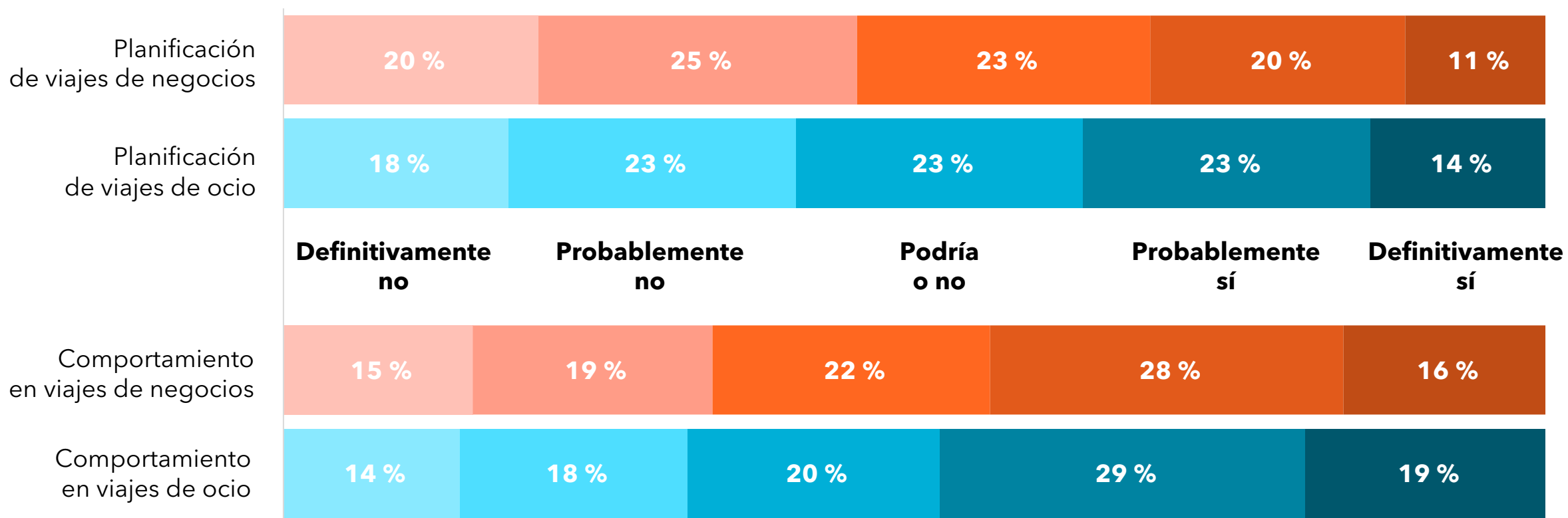
Motivaciones para los viajes sostenibles

Además del cuidado del medio ambiente, cuatro de cada diez viajeros consideran que los objetivos de sostenibilidad de sus empresas, el ahorro financiero y el apoyo a las comunidades son los principales motivos de sus opciones sostenibles de viaje. La reputación personal y los incentivos son menos importantes.



Impacto de la sostenibilidad: negocios vs. viajes de ocio

Las consideraciones de sostenibilidad influyen más al planificar viajes de ocio que de negocios. Lo mismo es válido para el comportamiento durante el viaje: los viajeros prestan un poco menos de atención a la sostenibilidad si se desplazan por trabajo.



Programa de viajes sostenibles

Satisfacción con los esfuerzos de sostenibilidad de los empleadores

Opciones de viaje sostenibles/ Incentivos

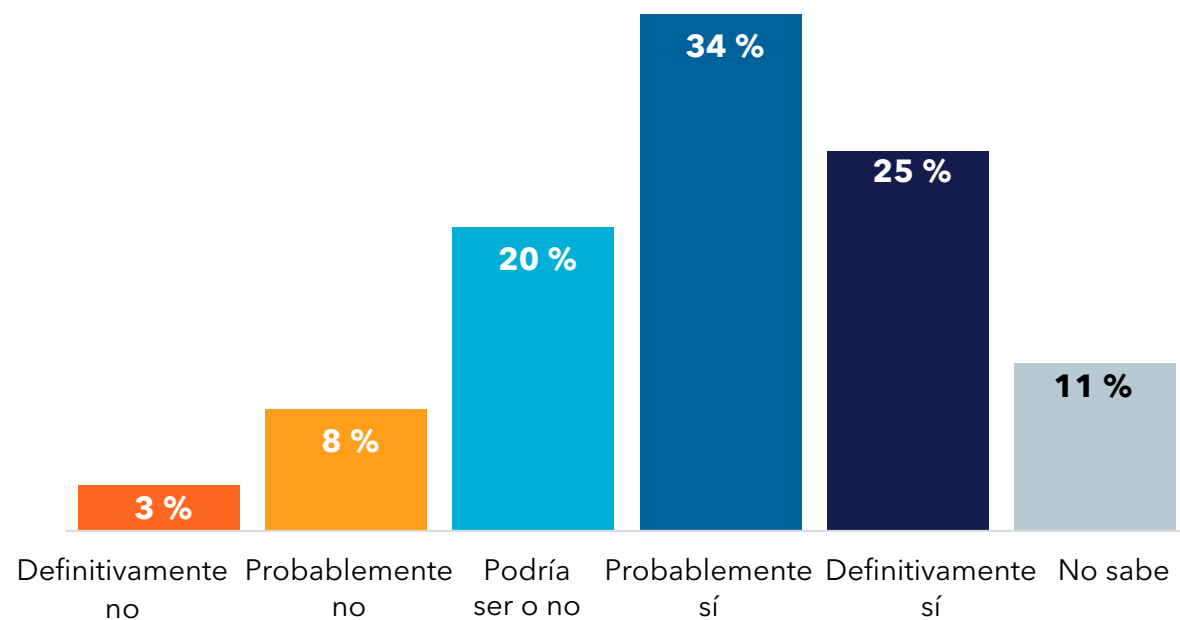
Datos de emisiones de CO2 / Presupuestos

Compensación de emisiones de viajes



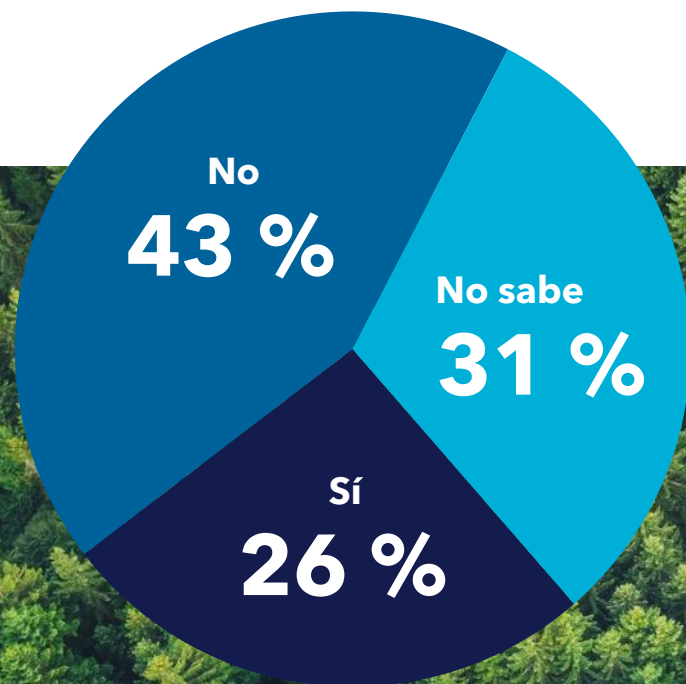
Satisfacción con los esfuerzos de sostenibilidad del empleador

Seis de cada diez viajeros están contentos con las actividades de la compañía en torno a los viajes sostenibles.



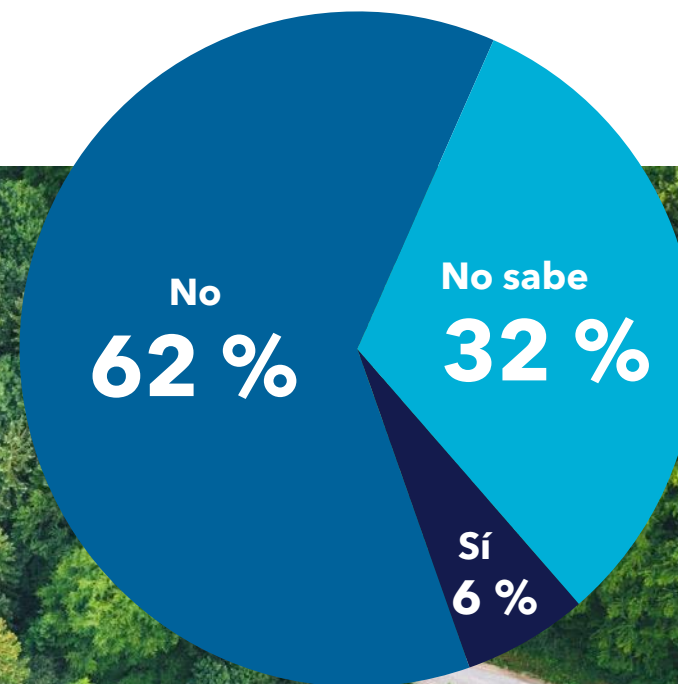
Opciones de viaje sostenibles

Un cuarto de los viajeros dice que su empleador fomenta opciones de viaje sostenibles en el punto de reserva.



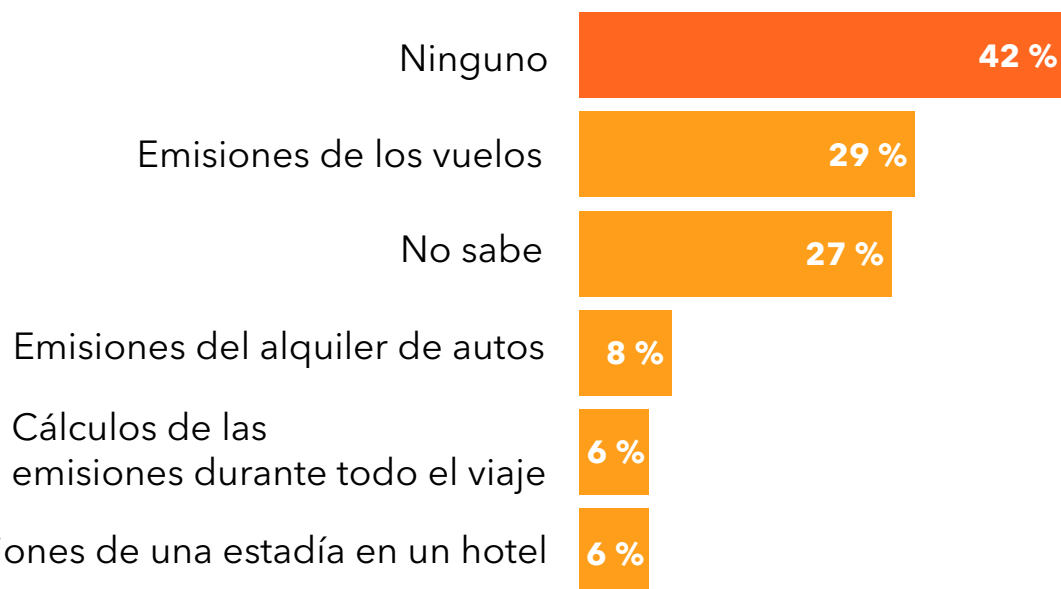
Incentivos para opciones sostenibles

Los incentivos para opciones de viaje sostenibles no son populares: solo el 6 % de los viajeros admite que existen.



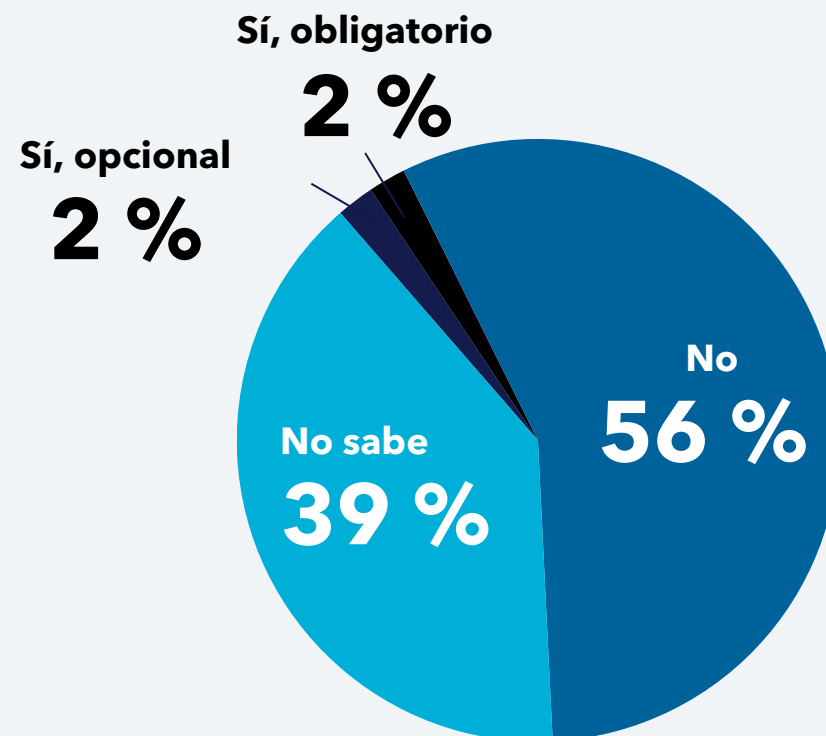
Datos de emisiones de carbono

Cuatro de cada diez viajeros declaran no tener acceso a datos sobre emisiones de carbono relacionadas con viajes de negocios. Entre los proveedores, las emisiones de carbono de los vuelos tienden a estar más disponibles, aunque no son muy populares: tres de cada diez encuestados tienen acceso a esos datos.



Presupuestos de carbono

Tener presupuestos de carbono establecidos para los viajes no es típico: solo el 4 % de los viajeros dice que su empleador estableció presupuestos de carbono obligatorios u opcionales.



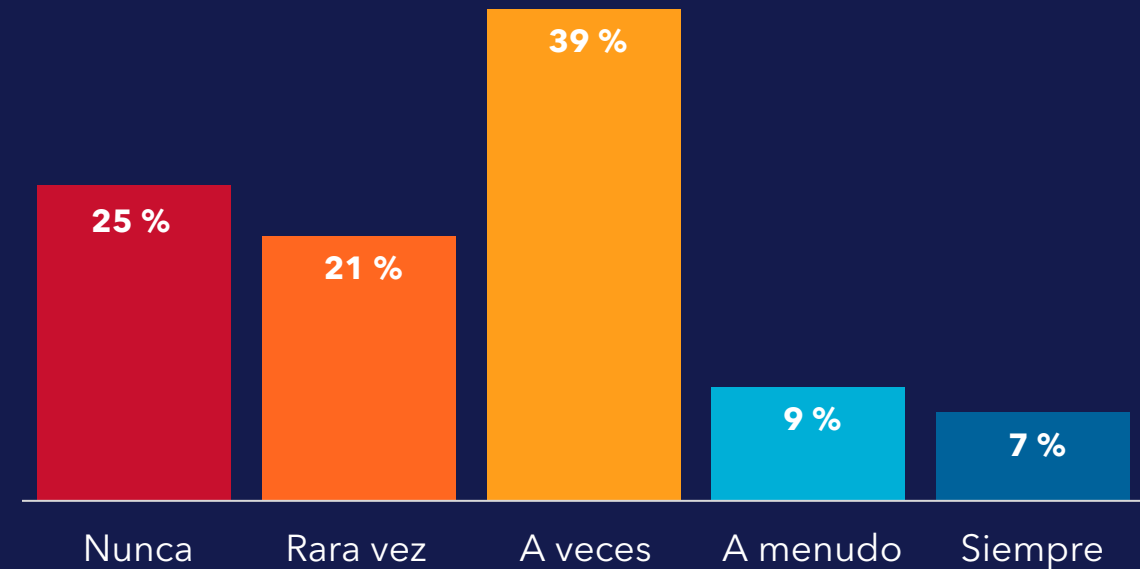
Compensación de emisiones de viajes

La mayoría de viajeros no tienen la posibilidad de compensar las emisiones de los desplazamientos corporativos. Solo uno de cada 20 puede hacerlo, y casi la mitad de ellos nunca o rara vez las compensa.

Posibilidad de compensar



Compensación real



Sostenibilidad de la empresa

Objetivos de sostenibilidad

Esfuerzos de sostenibilidad de los grupos de interés

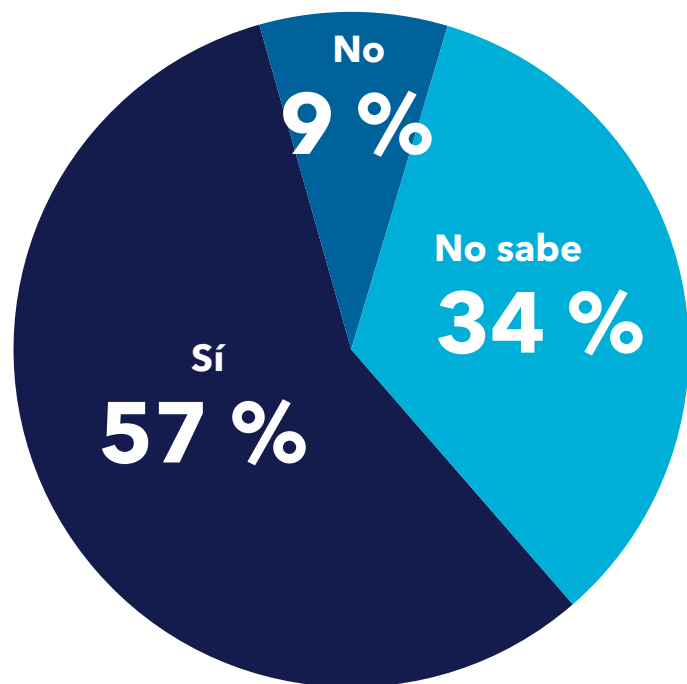
Esfuerzos de sostenibilidad de los proveedores

Comunicar la sostenibilidad



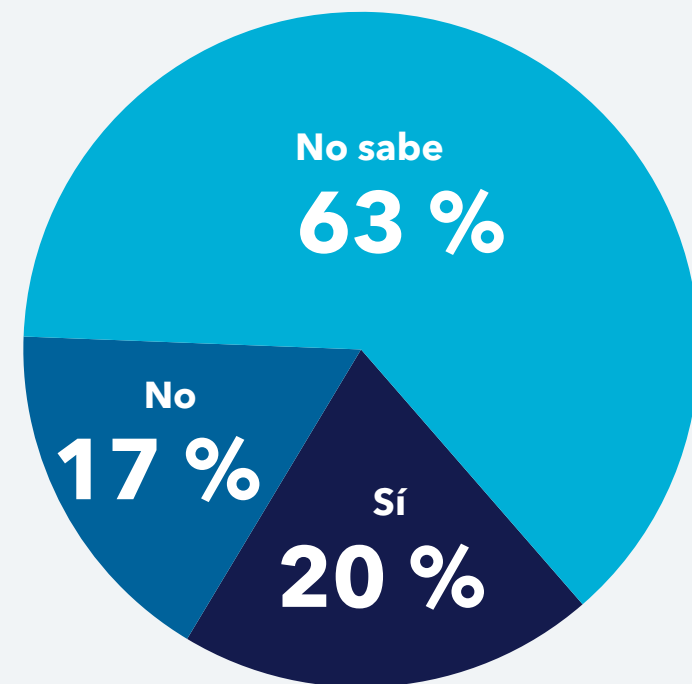
Objetivos de sostenibilidad de la empresa

Más de la mitad de los viajeros confirman la disponibilidad de objetivos de sostenibilidad publicados en sus empresas.



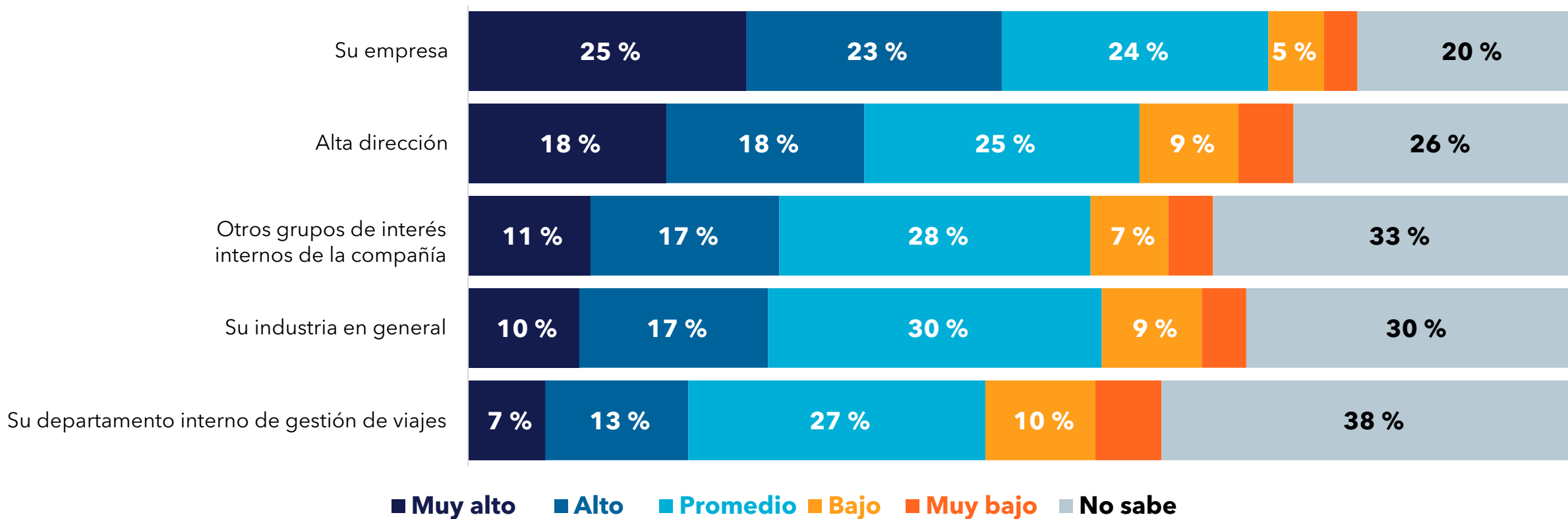
Objetivos de sostenibilidad de los viajes

Pero solo el 20 % son conscientes de los objetivos de sostenibilidad de sus empleadores para los viajes. Alrededor de dos tercios no están seguros.



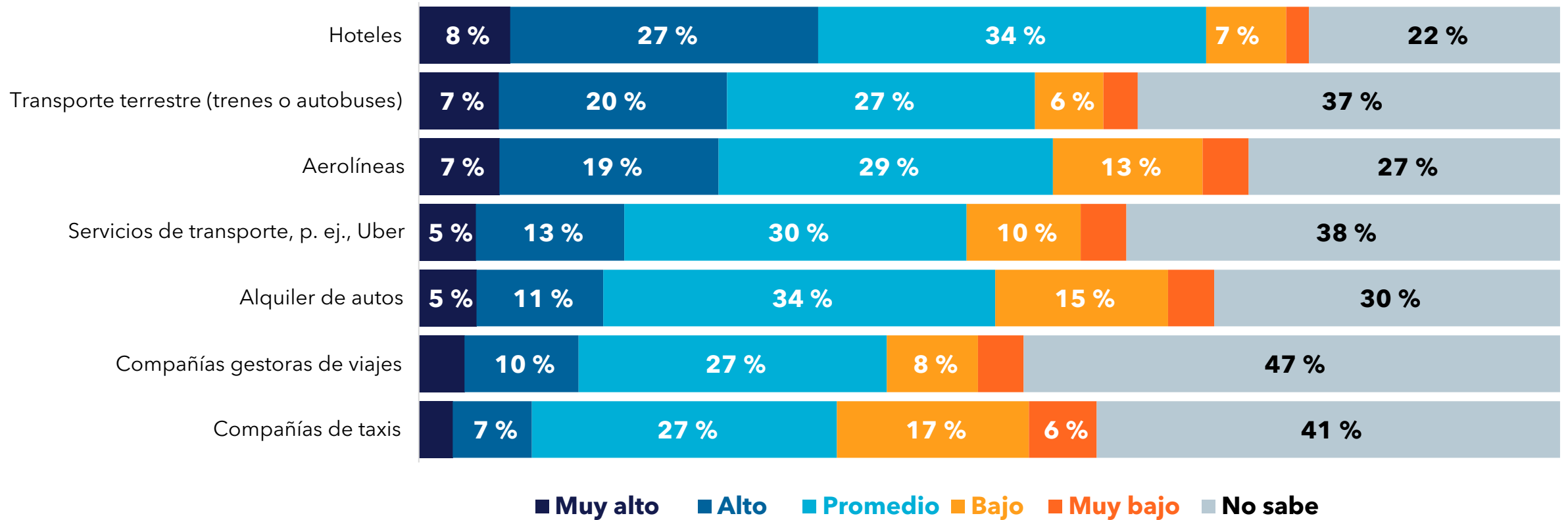
Esfuerzos de sostenibilidad de los grupos de interés

Solo uno de cada cinco otorga altas calificaciones a los esfuerzos de sostenibilidad de sus departamentos de viajes, lo que los convierte en los de más baja calificación entre los grupos de interés. Mientras tanto, las empresas y sus líderes son los mejor calificados. Entre el 20 % y el 40 % de los viajeros no tienen conocimiento de este tema.



Esfuerzos de sostenibilidad de los proveedores

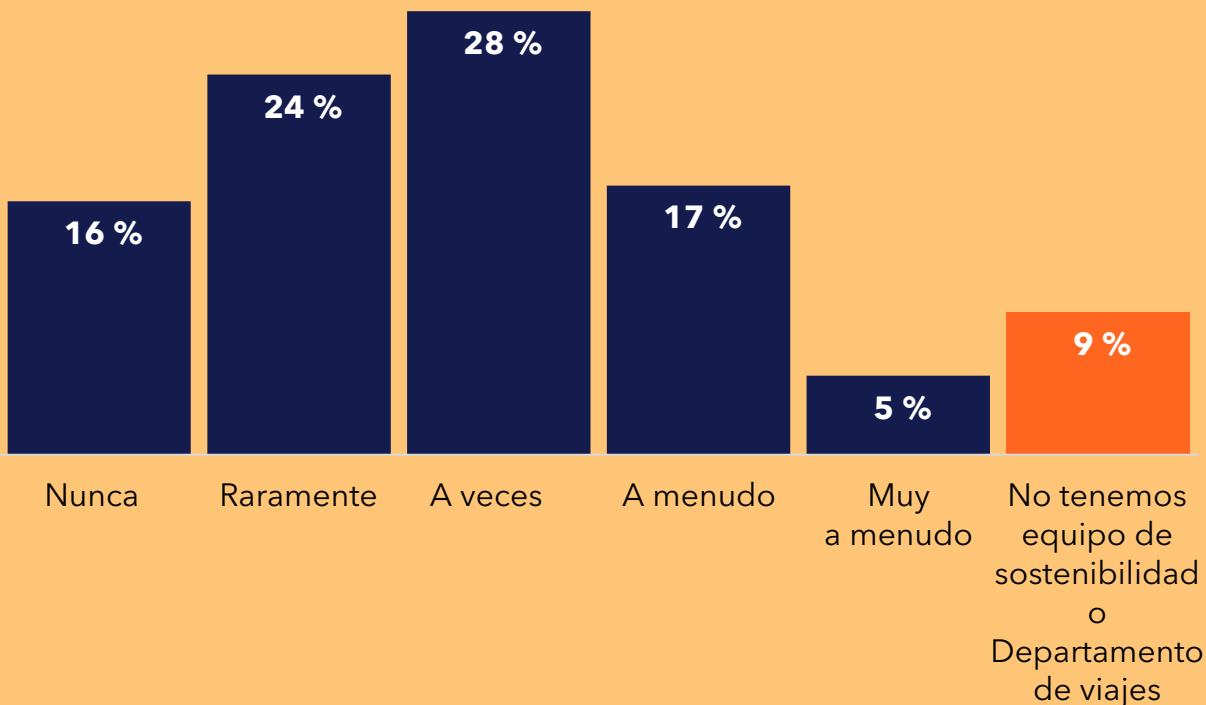
Los hoteles encabezan la lista de proveedores sostenibles para los viajeros: un tercio de encuestados califica sus esfuerzos de sostenibilidad como muy altos o altos. Solo el 14 % opina igual de las empresas gestoras de viajes. Los viajeros carecen de visibilidad en este tema: a menudo no están seguros de cómo evaluar la sostenibilidad entre proveedores de viajes.



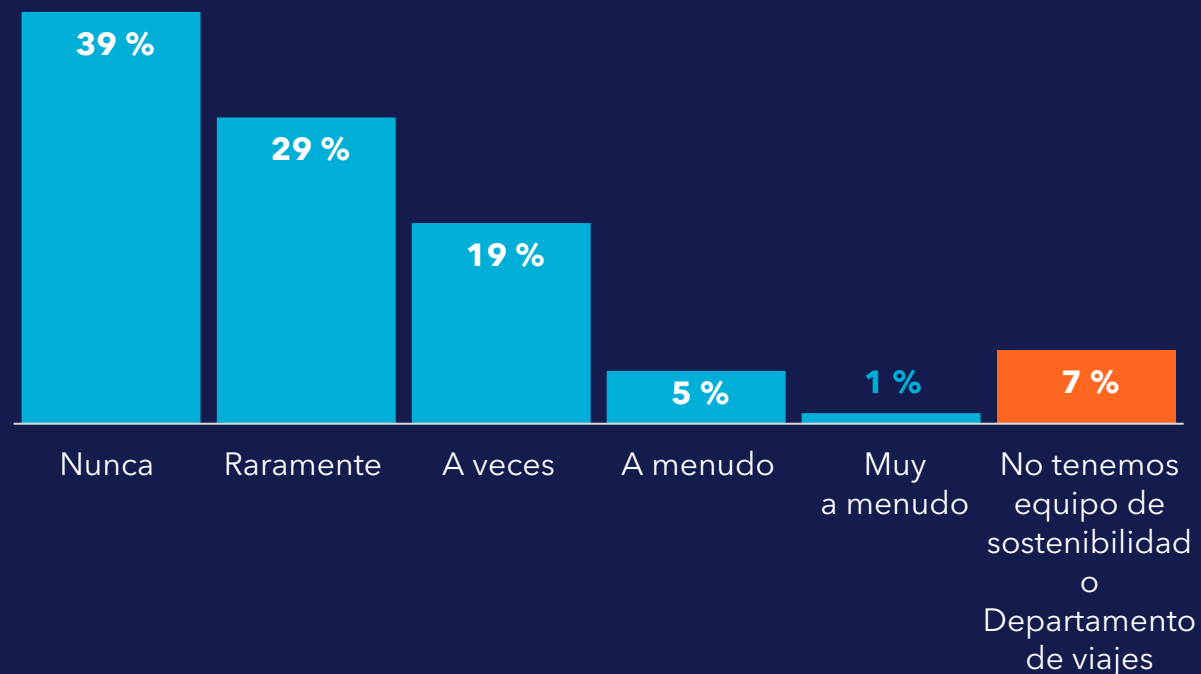
Comunicar la sostenibilidad

Mientras que cuatro de cada diez encuestados nunca o rara vez reciben información por parte de sus equipos de sostenibilidad, esta cifra casi se duplica cuando se trata de comunicaciones sobre viajes sostenibles desde los departamentos de viajes.

De los equipos de sostenibilidad



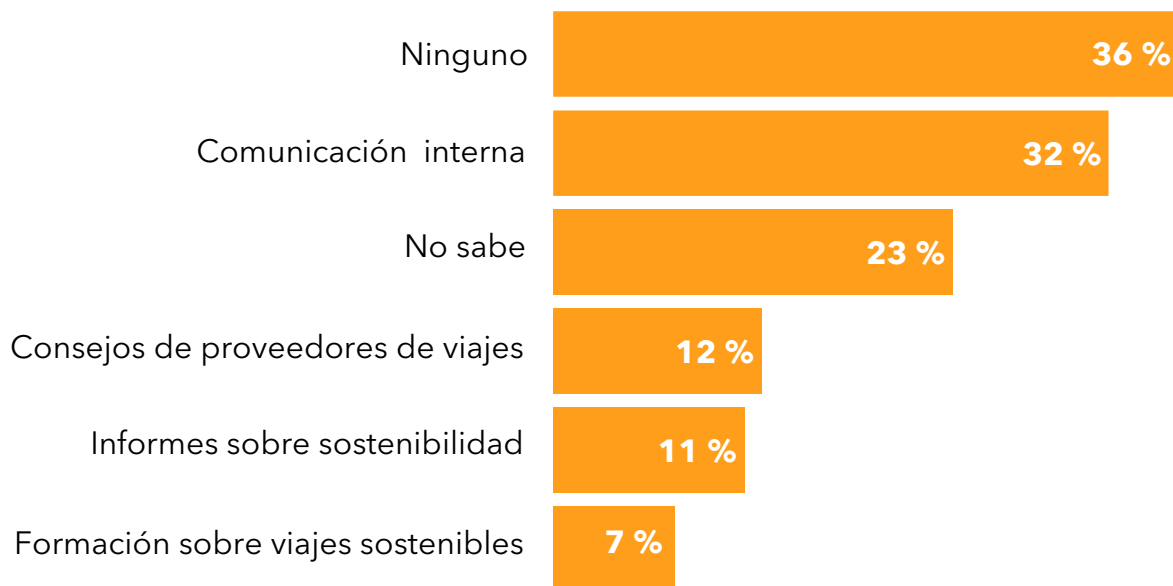
De los equipos de viajes



Material educativo

Mientras que un tercio de viajeros dice no recibir material educativo sobre viajes sostenibles por parte de la empresa, tres de cada diez tienen acceso a artículos de intranet, entradas de blog o mensajes de correo electrónico sobre el tema.

Material educativo



¿Recibe usted suficiente información sobre los viajes sostenibles?

Sí
22 %

No
48 %

No sabe
30 %



Natalia Tretyakevich

Senior Manager, Research & Intelligence

España

natalia.tretyakevich@bcdtravel.eu

Investigamos y comprobamos cuidadosamente la información contenida. Sin embargo, no aceptamos ninguna responsabilidad por cualquier daño o pérdida como resultado del uso de los datos en este informe.