



Madrid, 5 de febrero 2026

Barcelona 25 de febrero 2026

## **DEL PRECIO AL VALOR: NUEVAS CLAVES DE COMPRA EN LOS VIAJES DE EMPRESA**

## Nuevas claves de compra en los viajes de empresa (I)



**Beatriz Urgel**

**Client Director**

**ÚBICO CORPORATE  
MOBILITY**



**Susana Molina**

**Regional Ventas Zona Centro**

**MINOR HOTELS**



**Víctor Peñalvo**

**Senior Corporate Sales  
Manager**

**SIXT**



**Sergio Fuentes**

**Senior Corporate Sales  
Manager**

**SIXT**

# Nuevas claves de compra en los viajes de empresa (II)



Álvaro Gutiérrez

Head of Sales Development

MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL



José Luis Ortega

Director Comercial & Desarrollo  
Negocio

DINERS CLUB SPAIN



Marta Fernández

Directora Account Management  
Nacional

NAUTALIA EMPRESAS



Juan Carlos Arcones

Business Development Manager -  
Corporate

AIR EUROPA



Fernando Álvarez

Corporate Sales Manager Spain

AIR FRANCE / KLM

# Nuevas claves de compra en los viajes de empresa (I)



Jordi Laviga

Client Director

ÚBICO CORPORATE MOBILITY



Samuel Ruete

Business Development Manager  
Eastern Spain

MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL



Yvonne Raynard

Senior Key Account Manager

APARTOOL



Alicia Zamora

Corporate Account Manager

AIR FRANCE / KLM



Josep Busquets

Corporate Account Manager

AIR FRANCE / KLM

## Nuevas claves de compra en los viajes de empresa (II)



**Max Siñeriz**

**Jefe de Ventas Regional**

**MINOR HOTELS**



**Eduard Alonso**

**Head Sales Office Catalunya**

**DINERS CLUB SPAIN**



**Marta Fernández**

**Directora Account  
Management Nacional**

**NAUTALIA EMPRESAS**



**Vicky Ibarzo**

**Corporate Sales Manager**

**SIXT**



## 1 / Análisis Interno

Perfil de viajero interno  
Volumen real  
Establecer una política de viajes

## 2 / SBT

Potenciar Hoteles preferentes  
Visualización acuerdos

## 3 / Que ofrecen tu negociada?

Costes derivados  
Ancilliares  
Valor añadido

## 4 / Bienestar del Viajero

+ Comodidad mejor rendimiento  
+ Mejor valoración  
- Reclamaciones

## 5 / Cumplimiento de política de viajes

Evitar fugas de política  
Best practises

## 6 / Anticipación

Tarifas Flexibles/Prepago



# Optimización del Gasto en Viajes Corporativos



# Pilares estratégicos clave para transformar el gasto en viajes

- **Business Intelligence (Decisiones basadas en datos)**

**Auditoría de Comportamiento:** Identificar fugas de gasto y centros de coste con baja eficiencia mediante informes detallados de rutas y precios medios.

**Benchmarking:** Comparar tus costes con el mercado para renegociar acuerdos con proveedores preferentes.

**Análisis y consultoría:** auditar y ajustar políticas de viajes para ayudar a que la organización compre mejor

- **Consolidación y Negociación de Volumen**

**Abandona la compra dispersa:** Centralizar el volumen total es la única forma de acceder a economías de escala y tarifas corporativas globales.

**Flexibilidad como ahorro:** Prioriza acuerdos que reduzcan costes en cambios, cancelaciones y reemisiones. El precio más bajo no siempre es el más rentable.

- **Automatización de la Política de Viajes**

**Control Preventivo:** Integrar los límites de gasto y jerarquías de aprobación directamente en el flujo de reserva (evitando el gasto fuera de política).

**Lógicas de Consumo:** Configurar filtros automáticos (ej. Business vs. Economy) según la duración del trayecto o el perfil del viajero.

- **Digitalización y Compra Inteligente**

**Adopción de OBT (Online Booking Tools):** Implementar un canal único de reserva.

Implementar una OBT no es solo para ahorrar costes de gestión; es la herramienta que garantiza que la política de viajes se cumpla en el momento de la reserva.

**Producto completo:** Accesibilidad a un sistema donde convivan un portfolio completo y competitivo de producto (tarifas GDS, Web, negociadas, plataformas terceras, bed banks, etc) para garantizar la mejor compra real.

**Optimización Dinámica:** Utilizar tecnología de rebooking automático que detecte bajadas de precio en reservas ya confirmadas.

- **Eficiencia en Costes Indirectos (Soft Savings)**

**Productividad del empleado:** Eliminar las horas perdidas por el personal en la búsqueda y autogestión de viajes.

**Centralización de Procesos:** Reducir la carga administrativa y los errores de facturación mediante un flujo de datos unificado.

- **Duty of Care y Gestión de Incidencias**

**Trazabilidad Total:** Herramientas de localización inmediata de viajeros para evitar costes extraordinarios en situaciones de emergencia.

**Soporte 24/7:** Garantizar asistencia experta para resolver imprevistos sin impacto en el presupuesto operativo.

## Conclusión Estratégica para el Travel Manager:

El éxito de este plan de optimización depende de la cohesión tecnológica y operativa.

La única forma de activar todas estas palancas de manera simultánea y eficiente es centralizando el soporte y la tecnología a través de nuestra estructura de Agencia de Viajes.





# Las claves de compra en los viajes de empresa

Prácticas y recomendaciones para decidir cuándo, cómo y dónde comprar mejor

Juan Carlos Arcones – Business Development Manager Corporate  
Madrid, 5 de febrero de 2026

## Comprar mejor, no solo más barato



En viajes de empresa, comprar bien no significa pagar menos en cada billete, sino optimizar el viaje completo: coste, flexibilidad, confort y alineación con la estrategia de la empresa.

Hoy hablamos de **cuándo, cómo y dónde comprar mejor**, con decisiones que se puedan repetir y escalar.



Cuándo



Cómo



Dónde

## Cuándo comprar – Anticipación, planificación y uso inteligente del viaje

La antelación y la planificación lo cambian todo.

Anticipar el viaje permite acceder a:

Mejores tarifas

Más disponibilidad

Mayor flexibilidad

Planificar no es solo reservar antes, es pensar el viaje:

- ¿Se pueden combinar destinos en un mismo desplazamiento?
- ¿Tiene sentido optimizar el bleisure para evitar viajes duplicados?

Muchas veces el mayor ahorro no está en el billete, sino en evitar un segundo viaje.

**Tip práctico:** Analizad cuándo se decide el viaje internamente vs. cuándo se compra. Ahí suele estar el gap de coste.

## Cómo comprar – Política clara + disciplina operativa

Una política de viajes clara y bien comunicada.

### No basta con tener política

Hay que definir prioridades reales:

¿Qué pesa más en vuestra empresa?

- Flexibilidad vs. precio
- Horarios vs. tarifa
- Servicios incluidos vs. básicos

### Cuanto más claro esté esto:

- Menos excepciones
- Más coherencia
- Más aprovechamiento del acuerdo corporativo

**Muy importante: La coordinación con la agencia de viajes.**



Compartir objetivos



Revisar comportamientos de compra



Ajustar el uso de tarifas y clases negociadas

## Dónde comprar – Sacar partido real a los programas corporativos

Entender y utilizar los valores añadidos del acuerdo corporativo.

Nuestros programas corporativos incluyen:

- Flexibilidad en cambios
- Equipaje
- Prioridades en el aeropuerto
- Condiciones preferentes en incidencias

El problema no es que no existan, es que no siempre se usan.

**Aquí entra una pieza crítica: La comunicación con el staff.**

- Explicar qué incluye su tarifa
- Recomendar opciones que optimicen coste y confort
- Evitar compras fuera de canal por desconocimiento

**En muchos casos, el pasajero no sabe lo que tiene incluido...**

---

### Cierre – Método, no improvisación

El ahorro sostenible en viajes de empresa no viene de buscar el billete más barato, sino de aplicar método: planificación, política clara, buena comunicación y uso inteligente de los acuerdos corporativos.

Comprar mejor es decidir mejor.

### Mensajes clave que os llevais

01

Planificar es ahorrar, incluso antes de comprar.

02

La política de viajes es una herramienta de gestión, no

03

El acuerdo corporativo solo genera valor si se entiende

## La clave olvidada: Comunicar al viajero

Un viajero informado compra mejor

### Lo que el viajero necesita saber:

- Explicar qué incluye su tarifa corporativa (cambios, equipaje, servicios)
- Recomendaciones claras para optimizar coste y confort
- Menos compras fuera de política por desconocimiento



Equipaje



Cambios



Prioridad en aeropuerto

En muchos programas corporativos, el viajero tiene flexibilidad incluida que no utiliza porque no la conoce y acaba comprando una tarifa más cara o fuera de canal.

# Errores comunes que vemos en viajes de empresa

Los errores se repiten... y son evitables



**Comprar tarde por falta de planificación interna**



**Comparar tarifa corporativa con tarifa pública básica sin valorar el coste total**



**Tener un acuerdo corporativo y no revisarlo ni comunicarlo**



**Permitir demasiadas excepciones a la política de viajes**



**Viajeros que no saben qué tienen incluido en su billete**



**NAUTALIA**  
Empresas

05 febrero

Nuevas claves de compra

---



**Travel  
Live**

EXPLORE. FEEL. ENJOY.



# EL NUEVO ESCENARIO DE COMPRA



**NAUTALIA**  
Empresas

**Travel  
LIVE**  
EXPLORE. FEEL. ENJOY.

# BUENAS PRÁCTICAS



# HÁBITOS DE COMPRA



CANAL



