OPTIMIZACIÓN DEL PROGRAMA DE VIAJES Haz que cada euro llegue más lejos



Valencia 19 de noviembre 2026

QUIÉN SOY

Silvia Magdaleno

Global Travel Manager

Cofundadora de SilvIA

+20

años de experiencia en Business Travel

GTP

Certificación Global Travel Professional de GBTA



Seis bloques

Por dónde empezar a optimizar

1. ¿Tu programa está realmente optimizado?
2. Lo que no ves también cuesta dinero
3. Las 5 palancas para optimizar el gasto
4. De los datos a las decisiones
5. Caso práctico: ¿dónde está el ahorro?
6. Diagnóstico y conclusión

BLOQUE 1 · ¿TU PROGRAMA ESTÁ REALMENTE OPTIMIZADO?

Definiciones: precio, coste y valor

PRECIO

Lo que pagas

COSTE

Lo que realmente te cuesta

VALOR

Lo que obtiene la empresa

Negociar bien no es lo mismo que gestionar bien.

BLOQUE 1 · ¿TU PROGRAMA ESTÁ REALMENTE OPTIMIZADO?

El billete más barato no siempre es el viaje más económico

CONCEPTO	OPCIÓN A	OPCIÓN B
Billete de avión	180 €	240 €
Equipaje	40 €	Incluido
Cambios	80 €	Incluidos
Asientos	35 €	0 €
Coste total	**335 €**	**240 €**

–95 €

La Opción B tiene un billete 60 € más caro, pero un coste total 95 € inferior.

El ahorro no está siempre en el precio de compra.

BLOQUE 2 · LO QUE NO VES TAMBIÉN CUESTA DINERO

5 fugas habituales en un programa de viajes

01	**Reservas fuera del canal**	Menor visibilidad, seguimiento y acuerdos corporativos.
02	**Cambios y cancelaciones**	Penalizaciones. Billetes no utilizados
03	**Política poco efectiva**	Desviaciones, excepciones y decisiones inconsistentes.
04	**Procesos manuales**	Tiempo administrativo, errores y duplicidad de tareas.
05	**Tarifas negociadas infrautilizadas**	Pérdida de ahorro.

No todo lo que cuesta dinero aparece como una tarifa.

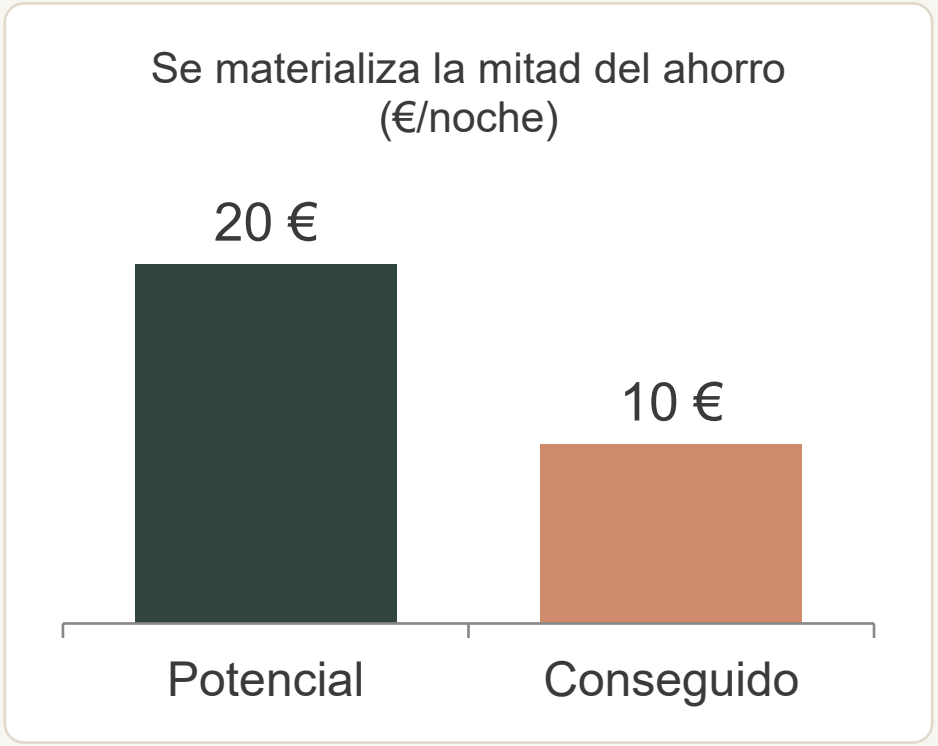
BLOQUE 2 · LO QUE NO VES TAMBIÉN CUESTA DINERO

¿Cuánto ahorro negociado llega realmente a la empresa?

120 €
Tarifa pública de referencia

100 €
Tarifa negociada

50 %
Noches que utilizan el acuerdo



El ahorro negociado no es lo mismo que el ahorro conseguido.

BLOQUE 3 · LAS 5 PALANCAS PARA OPTIMIZAR EL GASTO

Cinco palancas, cinco decisiones de Compras



PALANCA 1

Visibilidad

Dónde, cómo y cuánto gastamos.

PALANCA 2

Política de viajes

Establecer reglas útiles y aplicables.

PALANCA 3

Proveedores

Revisar necesidades y consumo.

PALANCA 4

Procesos y tecnología

Simplificar y automatizar

PALANCA 5

Comportamiento del viajero

Incrementar adopción & cumplimiento

La optimización no depende de una única negociación.

Silvia Magdaleno

BLOQUE 3 · LAS 5 PALANCAS PARA OPTIMIZAR EL GASTO

Los viajes de empresa no son una categoría de compra convencional

Los 4 criterios que debemos equilibrar

Coste
Presupuesto y coste total

Productividad
Tiempo y necesidades del viaje

Seguridad
Protección y localización del viajero

Experiencia
Facilidad de uso y aceptación

Comprar mejor es encontrar el equilibrio entre coste, eficiencia y personas.

BLOQUE 4 · DE LOS DATOS A LAS DECISIONES

6 ejemplos de indicadores

Gasto total y por categoría

¿Dónde estamos gastando?

Coste medio por trayecto/localidad

¿Cómo evoluciona nuestro coste?

Cumplimiento de política

¿Se respetan nuestras reglas?

Antelación de reserva

¿Con cuánto tiempo compramos?

Utilización de acuerdos

¿Aprovechamos lo negociado?

Coste por transacción

¿Cuánto nos cuesta gestionar cada reserva?

Un KPI solo aporta valor cuando genera una decisión.

BLOQUE 4 · DE LOS DATOS A LAS DECISIONES

Un dashboard debe ayudarnos a actuar, no solo a informar

ANTELACIÓN

Las reservas tardías concentran parte del sobrecoste.

ACCIÓN
Revisar causas, implicados y tipología de viaje.

CUMPLIMIENTO

Hay departamentos con mayor reserva fuera del canal.

ACCIÓN
Identificar qué ocurre, excepciones y posibles soluciones.

PROVEEDORES

Algunos acuerdos tienen poca utilización.

ACCIÓN
Auditar los acuerdos corporativos.

Del reporting a la acción.

BLOQUE 5 · CASO PRÁCTICO: ¿DÓNDE ESTÁ EL AHORRO?

Tenemos 1 millón de euros de gasto. ¿Por dónde empezamos?

1.000.000 €
Gasto anual

65 %
Reservas en canal corporativo

10 días
Antelación media

70 %
Uso de acuerdos negociados

¿Qué analizarías primero para detectar oportunidades de mejora?

La oportunidad no siempre está donde se concentra más gasto.

Silvia Magdaleno

BLOQUE 5 · CASO PRÁCTICO · MI ORDEN DE ANÁLISIS

Por dónde empezaría yo

1.000.000 €	65 %	10 días	70 %
Gasto anual	Reservas en canal corporativo	Antelación media	Uso de acuerdos negociados

1	**Validar los datos**	¿Está todo el gasto identificado?
2	**Investigar el 35 % fuera del canal**	¿Qué se está reservando y por qué?
3	**Analizar la antelación**	¿En qué rutas o departamentos hay margen?
4	**Revisar acuerdos**	¿Por qué no se utilizan en el 30 % de los casos aplicables?
5	**Priorizar acciones**	Impacto económico, viabilidad y experiencia del viajero.

Los objetivos del programa son los que marcan la hoja de ruta

Silvia Magdaleno

BLOQUE 6 · DIAGNÓSTICO Y CONCLUSIÓN

10 preguntas que debemos hacernos

EJERCICIO · 1 MINUTO

Marca 3 preguntas que no puedas responder con seguridad: serán tus prioridades.

1. ¿Conozco el **gasto total**, incluido el que queda fuera de los canales corporativos?
2. ¿Sé qué departamentos, destinos y servicios **concentran el gasto**?
3. ¿Dispongo de una **política actualizada y adaptada** a la empresa?
4. ¿Puedo **medir el cumplimiento** de esa política?
5. ¿Conozco el **grado de utilización de mis acuerdos**?

BLOQUE 6 · DIAGNÓSTICO Y CONCLUSIÓN

10 preguntas que debemos hacernos

EJERCICIO · 1 MINUTO

Marca 3 preguntas que no puedas responder con seguridad: serán tus prioridades.

6 ¿Analizo las causas de cambios, cancelaciones y sobrecostes?

7 ¿Conozco la antelación de compra y sus oportunidades de mejora?

8 ¿Tengo identificado mi gasto en fees y el coste de mis procesos manuales?

9 ¿Recibo datos útiles, comparables y fiables de mis proveedores?

10 ¿Reviso periódicamente los resultados y aplico mejoras?

BLOQUE 6 · DIAGNÓSTICO Y CONCLUSIÓN

Tus primeros pasos al volver a la oficina

1 Empieza por los objetivos

a) Define objetivos.

b) Alinea el programa con los objetivos.

c) Busca un patrocinador de alto nivel.

d) Implica a los departamentos necesarios: RR. HH., Finanzas, IT, gestión del riesgo, viajeros frecuentes…

2 Consolida tus datos

Agencia, tarjetas y gastos en una sola visión.

3 Mide canal y acuerdos

Qué se reserva fuera del canal y cuánto se usan los acuerdos.

4 Elige 3 prioridades

Las 3 preguntas que no has podido responder con seguridad.

Empieza por los objetivos y por lo que puedes medir.

BLOQUE 6 · DIAGNÓSTICO Y CONCLUSIÓN

Diagnostica tu programa de viajes



Escanea y empieza gratis

squeezetravel.com/diagnostico

En 8–12 minutos: puntuación por áreas y tus acciones prioritarias. Gratis.

Silvia Magdaleno

Optimizar un programa de viajes no significa viajar menos ni necesariamente gastar menos en cada reserva. Significa invertir mejor cada euro destinado a un viaje.

LinkedIn

WhatsApp

Valencia, 19 de noviembre de 2026

Silvia Magdaleno