

VIAJERO EJECUTIVO

Junio 2026

2026: el año de los
viajes sostenibles

Futuro de la tecnología
para viajes de negocios

¡Luces, cámara, a
viajar! Logística para
cumbre mundial sobre
producción

PROGRAMA HOTELERO:

Obtenga ahorros reales



Tu evento merece un escenario extraordinario Yucatán lo hace posible, Yucatán es tu aliado

infraestructura moderna • sedes únicas • conectividad • hospitalidad • gastronomía • cultura



VISIT.
YUCATAN



visityucatan.com



/yucatanmexico



visityucatan_



visityucatan_

Editorial

Sostenibilidad: de valor agregado a proceso obligado

Confianza: esta es la palabra que marcará la pauta durante lo que resta de 2026 en materia de sostenibilidad, especialmente cuando hablamos de programas de viajes corporativos en grandes compañías.

A la necesidad de mantenerse al día con los cambios regulatorios, y a la falta de claridad derivada de un entorno en constante evolución, se suma una exigencia cada vez mayor: ser transparentes y precisos en la manera en que las empresas comunican los componentes sostenibles de sus programas de viaje.

Hoy ya no es suficiente hablar de sostenibilidad en términos generales. Clientes y prospectos buscan cifras, valoran datos concretos y esperan información que les permita comprender el impacto real de sus decisiones. Medir la huella de carbono, identificar oportunidades de optimización, integrar criterios sostenibles en la selección

de proveedores y contar con una visión clara del desempeño ambiental del programa se ha vuelto parte esencial de la gestión corporativa.

En este contexto, la sostenibilidad deja de ser un discurso aspiracional para convertirse en una capacidad operativa. La posibilidad de acceder a datos en tiempo real, consolidar reportes confiables y tomar decisiones informadas permite a las empresas avanzar con mayor solidez hacia sus metas, al tiempo que fortalecen la credibilidad frente a sus grupos de interés.

Todos estos esfuerzos generan valor. Sin embargo, si no se comunican de forma clara, estructurada y consistente, la confianza puede verse afectada. Y en un entorno donde la confianza es determinante para construir relaciones duraderas, contar con información sólida y reportes bien sustentados deja de ser un diferencial para convertirse en una necesidad.

Por ello, hoy más que nunca, resulta fundamental integrar procesos, conectar fuentes de información y automatizar cada etapa del programa de viajes con una visión estratégica de sostenibilidad. No se trata únicamente de responder a una expectativa del mercado, sino de construir programas más responsables, medibles y preparados para el futuro.

En esta edición abordamos la solución de sostenibilidad de BCD, diseñada para ayudar a las empresas a transformar datos en decisiones. A través de herramientas que ofrecen visibilidad sobre emisiones, soluciones a la medida, informes centralizados alineados con metodologías globales, así como acceso a portafolios de combustible de aviación sostenible (SAF) y proyectos de compensación de carbono, acompañamos a nuestros clientes en el desarrollo de programas de viajes más robustos y transparentes.

Ponemos sobre la mesa datos consistentes, que generan confianza, y reportes de emisiones que nuestros clientes pueden utilizar no solo en sus informes formales, sino también como base para sus procesos internos de planeación y mejora continua. Porque la sostenibilidad dejó de ser un valor agregado y se convirtió en un proceso obligado.

Los invitamos a leer este y muchos otros artículos de valor para quienes trabajamos con viajes de negocios. ¡Pasen a la siguiente página!

¡Disfruten la lectura!



Beat Wille.

Senior Vice President & Managing Director

Latin America.

BCD Travel



CONTENIDO

1

Pág: 6

Tendencias de la industria

Por qué los viajes sostenibles no dan espera.

Pág: 7

Cómo ayudan las emisiones de los viajes corporativos a las reducciones de Alcance 3.

2

Pág: 12

Lo que debe saber

Futuro de la tecnología para viajes de negocios: los sistemas cerrados no dan abasto.

3

Pág: 15

Management

Situación de los viajes corporativos: una conversación que todo gestor de viajes debería tener.

4

Pág: 16

Experiencia del viajero

Viajes en el sector ciencias de la vida en 2026: qué cambia y por qué importa.

5

Pág: 18

Cifras del sector

Actualidad de la industria de viajes.

6

Pág: 20

Soluciones de BCD Travel

Cinco formas en las que Tripsource facilita los viajes de negocios.

Pág: 23

Inteligencia de riesgos de nuevo nivel refuerza la oferta de BCD en deber de cuidado.



7

Pág: 26

Cifras del sector

Perspectivas de los viajeros: tendencias en reservas hoteleras

8

Pág: 29

Alrededor del mundo

La entrada a E.U. dejó de ser rutinaria: los programas deben planearse con más antelación.

9

Pág: 34

Compromiso de la industria

De la sensibilización a la acción: cómo los viajes de negocios ayudan a prevenir la trata de personas.

10

Pág: 39

Guía práctica

Cómo optimizar su programa hotelero para obtener ahorros reales.

11

Pág: 43

Breves BCD

12

Pág: 45

Caso de éxito

¡Luces, cámara, a viajar! Logística de última hora para cumbre mundial sobre producción

Tendencias de la industria

2026: el año para actuar en favor de los viajes sostenibles

Por qué los viajes sostenibles no dan espera

Los principales programas de viajes se están alejando de los esfuerzos fragmentados para adoptar enfoques más conectados e integrales.

La presión sobre la sostenibilidad se intensifica en todos los frentes. Las expectativas de ejecutivos, reguladores y viajeros siguen aumentando, y los riesgos financieros vinculados a datos de emisiones incompletos o inexactos son cada vez más difíciles de ignorar.

Aunque algunas normativas están cambiando, la demanda general de informes fiables y pruebas claras de progreso es cada vez mayor. Este año se perfila como un momento crucial para los programas de viajes que quieran mantenerse a la vanguardia.

Pero el verdadero reto en 2026 no es decidir si los viajes sostenibles son importantes.

Se trata de navegar por un panorama en el que las expectativas aumentan más rápido que la claridad, en el que los datos sobre emisiones se examinan cada vez más, las metodologías se cuestionan y los programas bienintencionados pueden perder credibilidad rápidamente si los resultados no pueden explicarse o defenderse.



En este entorno, el progreso se define por la confianza que las organizaciones puedan depositar en sus datos y decisiones. Los programas de viajes líderes se alejan de los esfuerzos de sostenibilidad fragmentados y adoptan enfoques más conectados e integrales.

Un enfoque conectado de los viajes sostenibles

Presentada a finales de 2024, la Solución de Sostenibilidad de BCD Travel refleja este cambio, ofreciendo a las empresas una experiencia unificada a través de un contrato y una integración flexible.

Conecta las herramientas básicas de BCD con la tecnología climática avanzada de SQUAKE, líder en cálculos automatizados de emisiones y acceso en el punto de venta a créditos de carbono de alta calidad y combustible de aviación sostenible.

Advito, la división de consultoría de BCD, añade su experiencia en el diseño de programas, la evaluación comparativa y el compromiso de los viajeros para que las organizaciones puedan convertir sus conocimientos en cambios cuantificables.

En concreto, la solución proporciona a las empresas

- Datos sobre emisiones en tiempo real y tasas dinámicas de carbono en las principales herramientas de reserva
- Vías de solución adaptadas a diferentes niveles de madurez
- Cuadros de mando e informes centralizados alineados con metodologías de uso generalizado, incluidas las utilizadas en virtud de la Directiva sobre Informes de Sostenibilidad Corporativa (CSRD)
- Acceso a carteras transparentes de combustible de aviación sostenible (SAF) y proyectos certificados de compensación de carbono
- Recaudación automatizada de tasas, asignación de centros de costes y campañas de incentivación del comportamiento.
- Datos de emisiones tokenizados y auditables que proporcionan un rastro verificable de cada valor de emisión.

Siemens Suiza es un ejemplo de empresa que ya ve el valor. Según Gerd Scheller, la colaboración con BCD y SQUAKE apoya tanto la reducción de emisiones como la reinversión sin fisuras en combustible de aviación sostenible.



Cómo ayudan las emisiones de los viajes corporativos a las reducciones de Alcance 3

Los viajes corporativos suelen considerarse complejos, fragmentados y difíciles de gestionar. En realidad, es uno de los puntos de partida más prácticos para la notificación y reducción de emisiones.

A diferencia de muchas fuentes de emisiones indirectas, los viajes de negocios ya están integrados en las operaciones cotidianas. Los viajes se reservan a través de canales gestionados, se rigen por políticas y se repiten miles de veces al año en toda la organización.

Esto significa que los datos subyacentes, los puntos de decisión y las estructuras de responsabilidad ya existen, aunque todavía no estén totalmente conectados.

Cómo los datos existentes facilitan la reducción de emisiones

Esta combinación de datos, toma de decisiones visible y propiedad clara hace que las emisiones de los viajes de negocios sean diferentes de otras categorías más distantes de la cadena de suministro.

El progreso pasa por mejorar la coherencia, hacer que las emisiones sean más transparentes en el punto de decisión y vincular la información más directamente a la forma en que se diseñan y gestionan los programas de viajes.

Por eso, los viajes de negocios se consideran cada vez más como un factor importante para reducir emisiones: los medios para obtener información creíble y los mecanismos de reducción significativa ya están al alcance de la mano.



¿Por qué los viajes de negocios destacan dentro del Alcance 3?

Como las decisiones sobre viajes de negocios se toman cada día a través de herramientas de reserva, procesos de gastos y aprobaciones de políticas, crean un nivel de visibilidad del que carecen muchas otras fuentes de emisiones indirectas.

Esta es una de las razones por las que los viajes de negocios se consideran tan importantes para la información y la reducción.

La mayoría de las organizaciones ya recopilan datos de viajes a través de

sistemas de reservas y gastos, lo que proporciona una base práctica para la medición de emisiones que puede mejorarse con el tiempo en lugar de partir de cero.

Según la Global Business Travel Association (GBTA), los viajes de negocios suelen ser una de las primeras áreas que abordan las empresas porque se sitúan en la intersección de las emisiones, el control de costes y el comportamiento de los empleados, y se puede influir en ellos

mediante el diseño de programas en lugar de sólo con la divulgación de información a los proveedores.

Los límites claros también ayudan. El GHG Protocol define lo que se incluye en la Categoría 6 del Alcance 3 y lo distingue de los desplazamientos de los empleados al trabajo o de los vehículos propiedad de la empresa, lo que reduce la ambigüedad y facilita la notificación coherente de las emisiones de los viajes de negocios en todas las organizaciones.



El Alcance 3 Categoría 6 cubre las emisiones de los viajes de negocios: los vuelos, trenes, coches de alquiler, hoteles y otras actividades relacionadas con los viajes que los empleados utilizan cuando viajan por trabajo.

Estas emisiones se consideran indirectas porque la empresa no es propietaria de los aviones, vehículos u hoteles, pero los viajes siguen produciéndose debido a decisiones empresariales.



Por qué las emisiones de los viajes de negocios importan más de lo que parece

En muchas organizaciones, las emisiones de los viajes de negocios no son la partida más importante del Alcance 3. Eso puede hacer que sean fáciles de deducir. Por eso es fácil quitarles prioridad. Pero el tamaño por sí solo no es un buen indicador de dónde se pueden hacer progresos significativos.

Los viajes de negocios son importantes porque son muy visibles y se examinan muy de cerca. Los empleados lo experimentan directamente, y los líderes y las partes interesadas esperan cada vez más transparencia en torno a las decisiones sobre viajes.

A diferencia de las categorías más abstractas del Alcance 3, las emisiones

de los viajes son tangibles porque se generan a través de decisiones cotidianas que las organizaciones permiten o limitan activamente.

Los programas de viajes ya equilibran la productividad, el deber de diligencia y el control de costes, lo que los convierte en un lugar natural para integrar consideraciones de sostenibilidad sin crear nuevas estructuras de gobierno.

Esta visibilidad es la razón por la que las emisiones de los viajes de negocios se convierten a menudo en un punto de prueba para esfuerzos de sostenibilidad más amplios.

Lo que a menudo frena el progreso

Si las emisiones de los viajes de negocios son un punto de partida tan práctico, ¿por qué muchas organizaciones siguen luchando por progresar? En la mayoría de los casos, se debe a que las palancas aún no están conectadas.

Entre los problemas más comunes se encuentran la fragmentación de los datos en los sistemas de reservas y gastos, la falta de coherencia en las metodologías de emisiones y la falta de claridad en la propiedad entre los equipos.

Estos problemas pueden hacer que la elaboración de informes resulte laboriosa y que la reducción se sienta desconectada de las decisiones cotidianas.

Lo más importante es que estos retos son operativos, no estructurales. A diferencia de las categorías de Alcance 3 que dependen de la divulgación de información por parte de los proveedores o del rediseño de productos a largo plazo, las emisiones de los viajes pueden mejorarse de forma gradual.

Las organizaciones pueden empezar por alinearse con un enfoque de medición y, a continuación, avanzar hacia una mejor visibilidad en el punto de reserva, una orientación política más clara y unos vínculos más fuertes entre la información y la toma de decisiones.

La GBTA también señala que las organizaciones que más progresan en la reducción de las emisiones de los viajes de negocios tienden a centrarse primero en la coherencia de los datos y la gobernanza, antes de incorporar con el tiempo el cambio de comportamiento y el compromiso de los proveedores.



Del fruto fácil al impacto duradero

Lo que hace que las emisiones de los viajes de negocios sean tan eficaces no es que sean fáciles de conseguir, sino que los avances se acumulan rápidamente una vez que se han establecido las bases.

Cuando los datos sobre emisiones son coherentes, la propiedad es clara y la información está vinculada a decisiones reales, tanto la información como la reducción son más factibles.

Aquí es donde los viajes de empresa empiezan a dar la talla. La mejora de los informes permite entablar conversaciones más sólidas con los departamentos financieros y de compras, mientras que los esfuerzos de reducción pueden centrarse en los viajes de alta frecuencia, los vuelos de corta distancia, el comportamiento en las reservas y las opciones de proveedores que ya se rigen a través del programa de viajes.

Los viajes de empresa ofrecen la oportunidad de convertir los informes sobre emisiones en toma de decisiones y la toma de decisiones en progresos cuantificables. Por eso muchas organizaciones lo utilizan como punto de partida para tomar impulso antes de abordar categorías de Alcance 3 más complejas.



Lo que debe saber

Futuro de la tecnología para viajes de negocios: los sistemas cerrados no dan abasto

La plataforma de viajes más eficaz no es la que intenta hacer todo para todos, sino la que permite a los programas de viajes elegir lo que viene después.

Los responsables de viajes tienen mucho que pensar. Crear un programa de viajes preparado para el futuro ya no consiste sólo en seleccionar la "última herramienta de viajes". Se trata de elegir una base tecnológica que se adapte a las necesidades únicas y cambiantes de su empresa.

Surgen nuevas tecnologías. Las expectativas de los viajeros aumentan. La inteligencia artificial, la automatización y los nuevos modelos de distribución están remodelando el funcionamiento de los programas de viajes de empresa.

En este entorno, hay una realidad clara: el éxito a largo plazo de un programa de viajes depende menos de las herramientas individuales y más de un ecosistema de tecnología escalable construido sobre una base de acceso abierto y API.

Para las organizaciones que buscan una estrategia de gestión de viajes preparada para el futuro, el diseño abierto debería ser un requisito primordial, un mantra por el que regirse y una mentalidad que sus socios adopten.



Los viajes se mueven demasiado rápido para los sistemas cerrados

En el pasado, los viajes de empresa funcionaban en entornos tecnológicos relativamente estables. Las herramientas de reserva, los modelos de servicio y las conexiones con los proveedores cambiaban lentamente, lo que permitía a los programas depender de sistemas fijos durante años.

Esto ya no es así. Ahora, el ecosistema de los viajes cambia constantemente:

- Las aerolíneas amplían sus estrategias de distribución directa
- Los contenidos ferroviarios y regionales son cada vez más prioritarios
- Las funciones de pago y gastos evolucionan rápidamente
- La IA está cambiando radicalmente la forma en que gestionamos los viajes de principio a fin, y para mejor

Los entornos cerrados, en los que la innovación y la integración están estrechamente controladas por un único proveedor, tienen dificultades para seguir el ritmo. Esto limita lo que los equipos de viajes pueden hacer y cómo pueden innovar para sus necesidades únicas

**Las plataformas
abiertas asumen que
el cambio es constante
y están diseñadas
para trabajar con él.**

Un programa creado en torno a sus proveedores, normas y políticas

Las organizaciones difieren en sus estrategias de proveedores, requisitos de cumplimiento y expectativas de los viajeros.

Una plataforma abierta hace posible un programa de viajes altamente configurable, permitiendo a las empresas dar forma a los flujos de trabajo, las políticas y las relaciones con los proveedores en función de su negocio.

En lugar de forzar la estandarización, el diseño abierto introduce flexibilidad cuando y donde se necesita.

Esto permite a las organizaciones mantener el control sobre el funcionamiento de los viajes en todos los mercados, tipos de viajeros y unidades de negocio.

Acceso a contenidos de múltiples fuentes

El diseño abierto permite el acceso directo a contenidos y datos a través de API, lo que permite a las organizaciones conectar sistemas, automatizar flujos de trabajo y crear perspectivas adaptadas a sus necesidades.

En lugar de que los datos vivan en entornos aislados, la información fluye a través de reservas, servicios, informes y análisis. Esto crea una visibilidad más clara y una toma de decisiones más rápida.

Cuando la información fluye libremente, los programas de viajes pueden avanzar más rápido y tomar mejores decisiones.



Qué significa esto para los responsables de viajes

El diseño de la plataforma determinará la capacidad de adaptación de su programa para los próximos años. Un enfoque abierto significa:

- Su programa evoluciona en función de las necesidades de la empresa, no de los plazos de los proveedores
- Las nuevas herramientas, socios y capacidades pueden integrarse rápidamente: en horas, no en días. Los sistemas conectados reducen la fricción sin que los viajeros tengan que aprender nuevos procesos
- Los datos se vuelven procesables: la información fluye a través de las reservas, los servicios y los informes, en lugar de permanecer en sistemas desconectados
- La innovación se produce a nivel de programa, lo que permite adoptar tecnologías y soluciones emergentes a medida que salen al mercado, en lugar de esperar a que una única plataforma lo ofrezca todo

En un sector de viajes definido por el cambio constante, la estrategia de plataforma más inteligente puede ser simplemente la que mantiene sus opciones abiertas.



Management

Situación de los viajes corporativos: una conversación que todo gestor de viajes debería tener

¿Qué ocurre actualmente en los viajes de negocios? Uno de los máximos responsables de BCD analiza las presiones y posibilidades que surgen en el sector.

Jorge Cruz, Executive Vice President, Global Sales and Marketing de BCD, hace un resumen sobre el estado del sector de viajes de negocios y lo que está por venir.

Comparte su visión, de nivel ejecutivo, sobre aspectos como turbulencias económicas, confianza de los viajeros, fusiones en el sector, cambios competitivos y aceleración de la IA.

Por qué 2025 terminó mejor de lo esperado

A pesar de las primeras dificultades económicas, los viajes se mantuvieron firmes y aumentó la confianza de los viajeros. De hecho, se materializaron tres tendencias que todo gestor de viajes debe conocer:

1. Reducción del valor de contratos con aerolíneas
2. Precios modificados por la NDC
3. Creciente riesgo de fuga en los programas de viajes

Lo que realmente quieren los compradores de cara a 2026

Opciones. Flexibilidad. Apertura. Los compradores de 2026 no aceptarán soluciones de talla única. Y la tecnología influye bastante en esta dinámica: desde la experiencia del viajero hasta la eficiencia operativa, la IA está en todas partes.

Por ello, en esta nueva era de experimentación tecnológica en los viajes es necesario pensar en grande, moverse más rápido y ofrecer más.

BCD hace la tarea: se prepara para un año de importantes mejoras en el servicio y avances tecnológicos.

Experiencia del Viajero

Viajes en el sector ciencias de la vida en 2026: qué cambia y por qué importa

Los viajes relacionados con las ciencias de la vida evolucionan en 2026. BCD simplifica los viajes de los invitados, refuerza el cumplimiento y mejora las experiencias de los profesionales sanitarios, los pacientes y los equipos globales

Las organizaciones de ciencias de la vida se encuentran en la intersección de la ciencia, el cumplimiento y la experiencia humana. Cada viaje, ya se trate de un profesional sanitario que asiste a un congreso, de un paciente que viaja para un ensayo clínico o de un equipo que apoya un programa crítico, tiene un significado que va más allá de la logística.

De cara al futuro, una cosa está clara: los viajes y las reuniones ya no son funciones administrativas en las ciencias de la vida.

Son extensiones cada vez más visibles de su marca, su postura de cumplimiento y su compromiso con la atención.

Esta realidad está dando forma a la evolución del equipo del Centro de Excelencia de Ciencias de la Vida de BCD, guiado por una estrategia centrada en simplificar la complejidad, reforzar la confianza y ofrecer mejores resultados a los clientes y a las comunidades a las que sirven.



Por qué la experiencia es un factor diferenciador

En el ámbito de las ciencias de la vida, una experiencia de viaje fluida no es sólo cómoda, sino también importante.

Para el personal sanitario y los pacientes, la fricción en los viajes puede minar el compromiso, la confianza e incluso la participación. Para las organizaciones, puede suponer un riesgo para el cumplimiento y la reputación.



“

Cuando alguien viaja para participar en un ensayo clínico o en un programa de atención sanitaria crítica, nunca se trata de un simple viaje. Forma parte de algo más grande. Nuestro trabajo consiste en eliminar el estrés y la complejidad para que la gente pueda centrarse en el trabajo y en los resultados. Es lo que más importa.

Patrick Pickens

Vice President – Global Sales

Nuestro equipo de Ciencias de la vida va más allá de hacer que los viajes funcionen. Logra que funcionen mejor para todos los interesados. La estrategia se centra en tres prioridades impulsadas por el cliente:

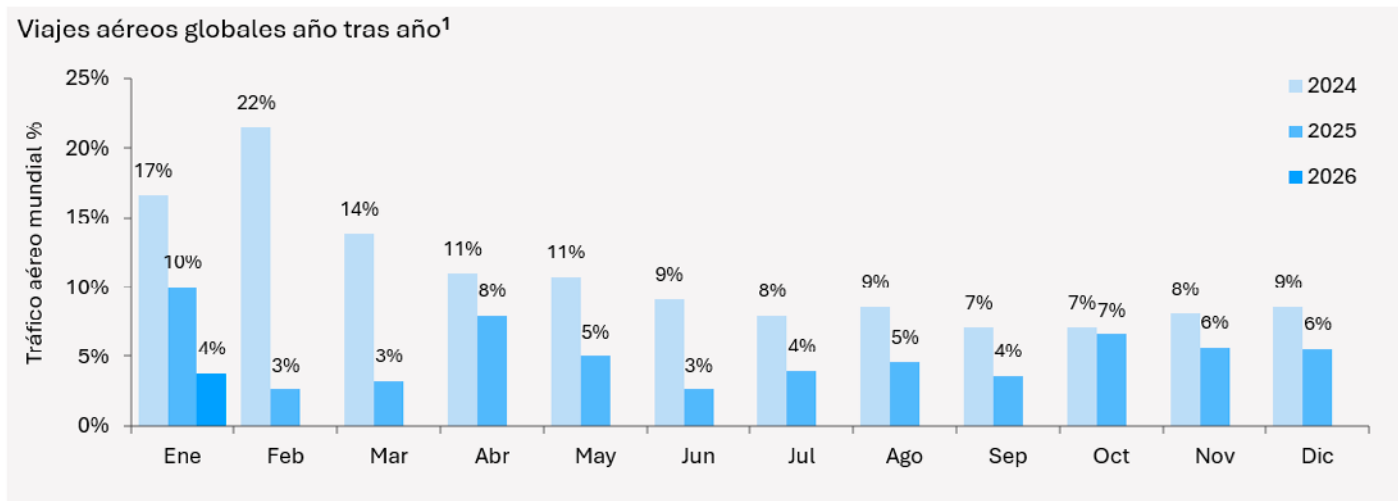
- Reducir la fricción para los viajeros que no son empleados
- Reforzar el cumplimiento sin añadir cargas
- Ofrecer experiencias de cuidado a escala global

El resultado es un programa de viajes que apoya su misión, no que la distrae

Cifras del sector

Actualidad de la industria de viajes

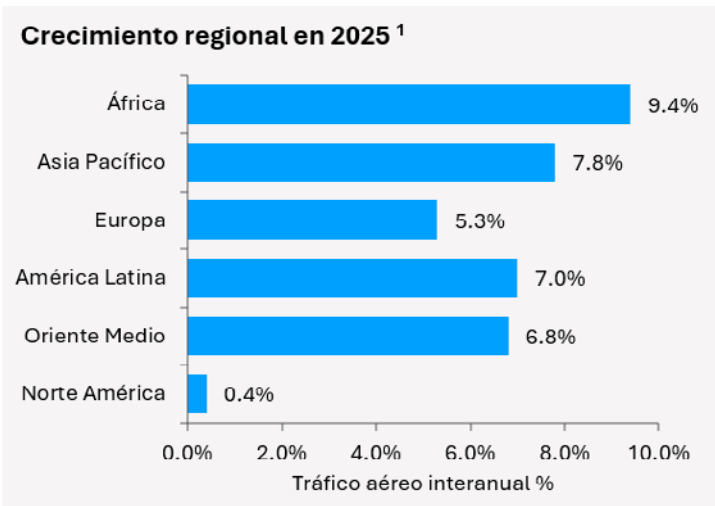
El equipo de Research and Intelligence de BCD Travel preparó un informe en el que actualiza diversos aspectos de la industria. Abarca aspectos como el tráfico aéreo, la seguridad en las aerolíneas y el precio del combustible.



(1) IATA, Informes mensuales de análisis de pasajeros

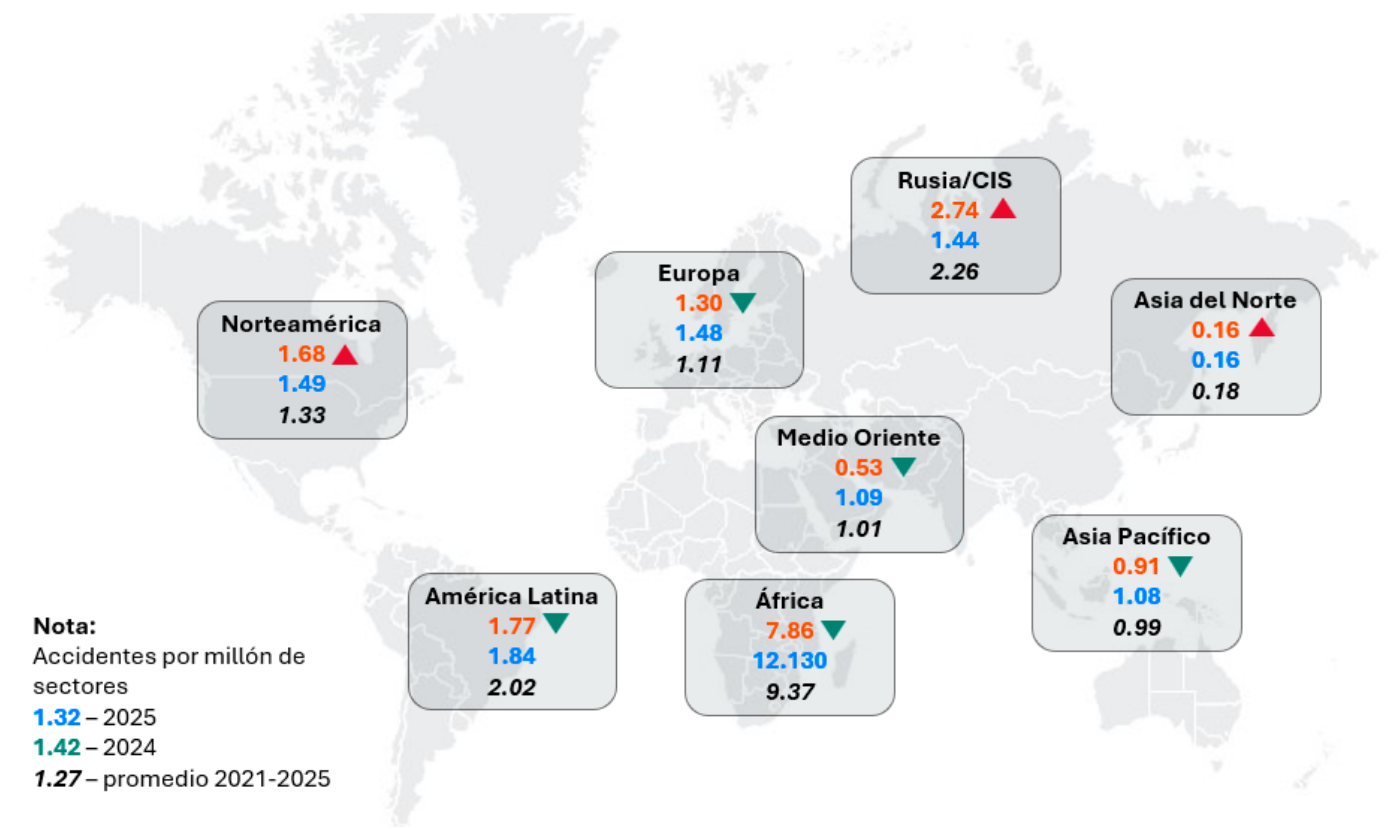
Perspectiva regional en 2025

Norteamérica frenó el crecimiento global en 2025. Las demás regiones aportaron al crecimiento de forma cercana o superior al promedio. Los mercados emergentes lideraron el camino con crecimientos de 8 % y 9 % en África y Asia Pacífico.



Mejora gradual en seguridad (aunque aumentó el número de víctimas mortales)

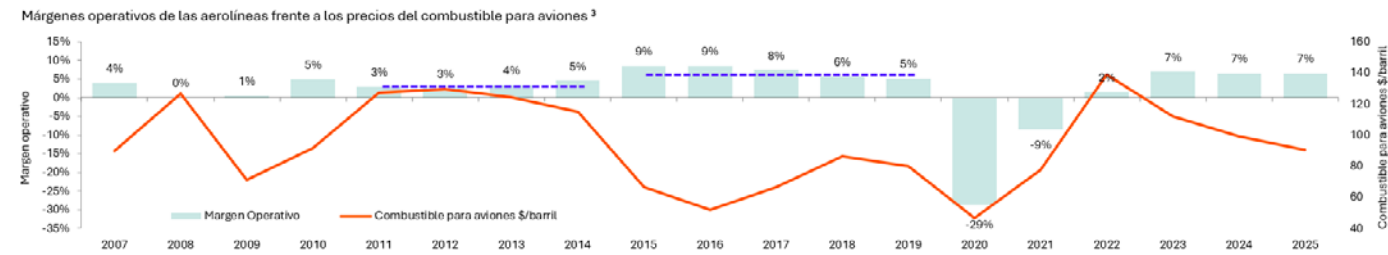
Tasa de accidentes en 2025 por región de la aerolínea operadora ²



(2) IATA Informe Anual de Seguridad 2025

Subida repentina del precio del combustible: golpe para márgenes de aerolíneas

El combustible para aviones compite con la mano de obra como el costo operativo más significativo para las aerolíneas. Entre las aerolíneas grandes Delta Air Lines es una de las menos expuestas a las fluctuaciones, en gran parte debido a la operación de su propia refinería de petróleo.



(3) IATA, 13 de marzo de 2026

Soluciones de BCD Travel

Cinco formas en las que Tripsource facilita los viajes de negocios

Cómo Tripsource apoya a los viajeros seguros de sí mismos y a los programas de viajes más sólidos.

Los mejores programas de viajes facilitan los desplazamientos de los empleados y fortalecen la organización.

Tripsource® reduce las fricciones de los viajeros y favorece el cumplimiento del programa al reunir los detalles del viaje, la orientación y los servicios integrados en una sola plataforma, de modo que los viajeros, los organizadores y los equipos del programa estén coordinados en cada paso del camino.

Las preguntas frecuentes que figuran a continuación ponen de relieve cómo estas funciones se combinan para ofrecer una experiencia de viaje más fluida, segura y coherente.



Las cinco razones principales por las que los viajeros adoran Tripsource

- 1 **10 opciones de idioma**
- 2 **Almacenamiento seguro** de preferencias de viaje y datos de pago
- 3 **Recordatorios automáticos** de políticas personalizadas
- 4 Notificaciones de **alertas de riesgo en tiempo real**
- 5 **Descarga de facturas** de viaje con un solo clic

Para los viajeros: una aplicación, menos fricciones

¿Dónde está disponible Tripsource?

Tripsource es una solución global disponible para los clientes de BCD Travel en todo el mundo. Los viajeros pueden planificar, reservar y gestionar viajes a través de la web y el móvil en 10 idiomas.

Nuestro mapa de disponibilidad interactivo muestra los países y las funciones de reserva (avión, hotel, coche y tren) que son compatibles, así como las próximas novedades.

¿Cómo ayuda Tripsource a los viajeros a organizarse?

Tripsource lo reúne todo en un solo lugar. Los detalles del viaje aparecen en una vista cronológica interactiva, mientras que el Document Vault permite a los viajeros almacenar de forma segura agendas, visados, detalles del seguro y otros documentos esenciales, sin tener que buscar en correos electrónicos o carpetas a mitad de viaje.



¿Pueden los viajeros compartir los detalles de su viaje automáticamente?

Sí. Con la función Seguidores, los viajeros pueden elegir quién recibe las actualizaciones del itinerario: familiares, colegas o compañeros de equipo.

Si un vuelo se retrasa o se cancela, las actualizaciones se comparten automáticamente, por lo que los viajeros no tienen que enviar mensajes individuales mientras se desplazan.

¿Cómo simplifica Tripsource los gastos?

Tripsource ayuda a reducir la administración posterior al viaje de dos formas:

- Captura de recibos: los viajeros pueden hacer una foto de un recibo y guardarlo directamente en su viaje
- Descarga de facturas: las facturas de los viajes pueden descargarse con sólo unos clics, lo que agiliza y facilita la conciliación

¿Ayuda Tripsource a los viajeros a mantener su política?

Por supuesto. Los mensajes útiles sobre la política aparecen en los momentos adecuados, antes, durante y después del viaje, para que los viajeros se mantengan alineados con las directrices de la empresa sin sentirse restringidos o abrumados.

¿Cómo contribuye Tripsource a que los viajes sean más seguros?

Tripsource ofrece alertas de riesgo oportunas relacionadas con el tiempo, la seguridad u otras interrupciones que puedan afectar a un viaje.

Los viajeros son avisados con antelación, por lo que pueden ajustar sus planes y viajar con mayor tranquilidad.



Para organizadores de viajes y gestores de programas: visibilidad y alineación

¿Cómo apoya Tripsource el programa general de viajes?

Tripsource actúa como un único centro que aúna las reservas, la orientación sobre políticas, la información sobre riesgos y los recursos de la empresa.

Esta coherencia ayuda a reducir la confusión, mejorar la adopción y guiar a los empleados hacia mejores decisiones de viaje, sin añadir trabajo adicional a los equipos del programa.

¿Puede Tripsource conectarse a otras herramientas y recursos?

Sí. A través de las integraciones, las empresas pueden vincular Tripsource a servicios externos, como proveedores

de visados, herramientas de seguridad, plataformas de bienestar o acceso de inicio de sesión único a herramientas de reserva, creando una experiencia conectada y completa para los viajeros.

¿Es Tripsource una herramienta de reservas, un centro de viajes o ambas cosas?

Puede ser una de las dos cosas, o ambas. Algunas organizaciones utilizan Tripsource principalmente para reservar. Otras lo utilizan como la capa de experiencia central que une todo su ecosistema de viajes.

En todos los casos, la interfaz intuitiva ayuda a los viajeros a mantenerse comprometidos y programados.



Diseñado para viajeros, creado para programas

Al combinar funciones inteligentes, orientación oportuna y un diseño que da prioridad al viajero, Tripsource ayuda a las organizaciones a ofrecer una experiencia de viaje más fluida y optimizada, antes, durante y después de cada viaje.



Inteligencia de riesgos de nuevo nivel refuerza la oferta de BCD en deber de cuidado

La nueva alianza de BCD con Riskline es un triunfo para los organizadores de viajes y los viajeros compradores.

Cuando las empresas buscan reforzar sus programas de gestión de viajes, la gestión de riesgos de viaje (TRM) se sitúa sistemáticamente a la cabeza de la lista de prioridades.

Los compradores de viajes, los equipos de RR.HH., los líderes de riesgo y seguridad, los asesores jurídicos y los organizadores de viajes se enfrentan al mismo reto: ¿Cómo protegemos a los viajeros en un mundo en constante cambio y demostramos que el programa lo está haciendo bien?

La alianza entre Riskline y BCD, anunciada recientemente, ofrece a los clientes una experiencia de TRM de nueva generación definida por información procesable, mayor precisión y una atención al viajero más proactiva.

Riskline transforma los datos de seguridad global en información clara y práctica, ayudando a las organizaciones a anticiparse a las perturbaciones, evaluar los riesgos en los destinos y responder rápidamente cuando cambian las condiciones.

El proveedor, con sede en Copenhague, ofrece información y análisis continuamente actualizados que empresas de todo el mundo utilizan para tomar decisiones informadas y prestar una atención proactiva a los viajeros.

Por qué es importante para su programa de viajes

Una encuesta realizada en diciembre de 2025 por BCD a compradores de viajes reveló que la mitad de los encuestados afirmaron que sus viajeros habían sufrido al menos un incidente de riesgo el año anterior que requirió la activación de la TRM.

El mismo grupo identificó la comunicación con el viajero como una de sus principales prioridades a mejorar.

La alianza entre BCD y Riskline aborda ambas cuestiones proporcionando a los programas una visibilidad más clara, una mayor preparación operativa y herramientas de comunicación que fomentan la confianza entre los viajeros y las partes interesadas.

Esto significa:



1. Una visión más precisa de los riesgos en tiempo real

La inteligencia de Riskline combina el análisis global dirigido por humanos con la IA y la inteligencia de código abierto a través de más de 100.000 fuentes multilingües.

Este enfoque ofrece una tasa de precisión del 99,8% sobre la información de viajes en tiempo real y una visión más clara de las interrupciones, los riesgos para la salud, los disturbios y los problemas de seguridad sin ruido innecesario.

Los gestores de viajes, los responsables de recursos humanos y los equipos de riesgos pueden tomar decisiones más rápidas y seguras antes y durante los viajes.

2. Comunicación y deber de diligencia más sólidos

La inteligencia de Riskline está ahora integrada en la plataforma de gestión de viajes de BCD. Esta integración permite:

- Alertas de riesgo en tiempo real en siete idiomas

- Activación de respuestas de emergencia
- Comunicaciones automatizadas con los viajeros
- Inteligencia de destino que cubre visados, requisitos sanitarios y orientación sobre seguridad

Para los clientes, esto crea un ecosistema unificado que mantiene informados a los viajeros sin abrumarlos. También proporciona a los propietarios de los programas un registro más claro que ayuda a demostrar el deber de diligencia.

3. Un programa de viajes más resistente y proactivo

En lugar de reaccionar a los incidentes cuando los viajeros ya se han visto afectados, las capacidades combinadas de BCD y Riskline ayudan a las organizaciones a anticiparse y reducir el riesgo con mayor antelación.

Recibirá inteligencia en categorías críticas como:

- Manifestaciones y disturbios civiles
- Riesgos sanitarios y médicos
- Conflictos y terrorismo
- Delincuencia y amenazas a la seguridad
- Desastres naturales y problemas medioambientales
- Acontecimientos políticos
- Interrupciones en los viajes y problemas de movilidad

Esta visión integrada respalda la madurez del programa para los grupos de interés en materia de riesgos, recursos humanos, asuntos jurídicos y operaciones.

“

La mitigación y la gestión de riesgos son prioridades máximas para BCD. Riskline nos permite convertir la información sobre riesgos en perspectivas atractivas que mitigan el riesgo y generan confianza entre los viajeros y las partes interesadas del programa. Este enfoque da prioridad tanto a la resistencia operativa como al bienestar del viajero.

Jorge Mesa

Senior Director, Travel Risk Management, BCD

Viajes seguros en un mundo impredecible

Hoy en día, la gestión del riesgo en los viajes requiere rapidez. Por eso, Suzanne Sangiovese, directora general de Riskline, afirmó estar encantada de aliarse con BCD y ofrecer un conjunto moderno de soluciones para gestionar riesgos, justo el necesario para el ecosistema del sector.

“Juntos, nos centramos en ayudar a las organizaciones y a los viajeros a navegar confiados por un panorama de riesgos cada vez más complejo”, agregó.

Qué significa esto para los clientes actuales y futuros de BCD

Tanto si es usted responsable de la seguridad de los viajeros, del rendimiento de los programas, del cumplimiento de la legislación o de la movilidad global, esta asociación le ofrece un valor inmediato:

- Mejor atención al viajero
- Mejor preparación para las crisis
- Mejor gestión y cumplimiento de los programas
- Toma de decisiones más informada
- Un ecosistema de TRM moderno y escalable

Al integrar inteligencia de primera clase directamente en nuestra plataforma, BCD y Riskline están ayudando a las organizaciones a reforzar su deber de diligencia a la vez que reducen la complejidad para los gestores de viajes y los viajeros.



Cifras del sector

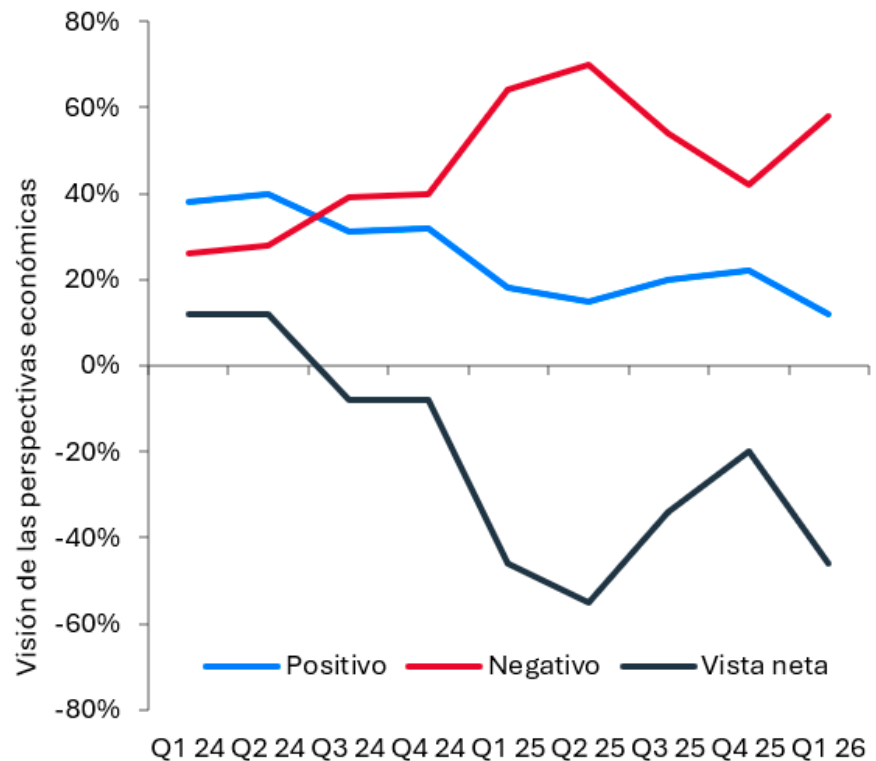
Perspectivas de los viajeros: tendencias en reservas hoteleras

Tourism Economics, una compañía de Oxford Economics, publicó recientemente los aspectos generales de una investigación con base en los resultados de una encuesta a expertos en el sector de viajes.

Este nuevo análisis de BCD resume algunos de los hallazgos de dicha encuesta, realizada en marzo de 2026, poco después del inicio del conflicto en Irán. Los resultados muestran un claro debilitamiento de voluntad y disposición en los profesionales de la industria.

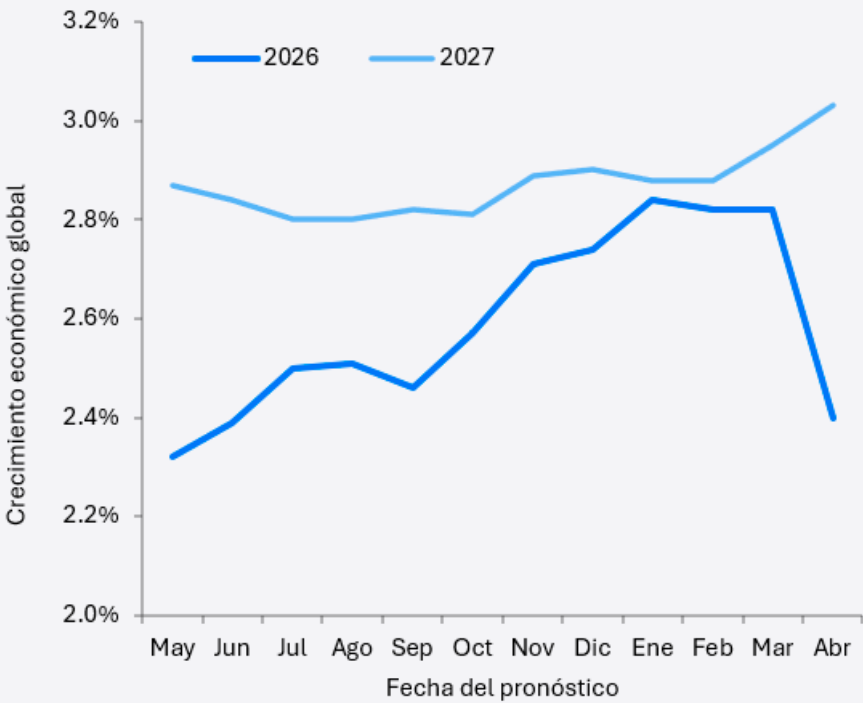
El ánimo empeora en la industria de viajes

Visión de la economía global: próximos 12 meses ¹



(1) Economía del turismo

Cambio en las perspectivas económicas globales
2

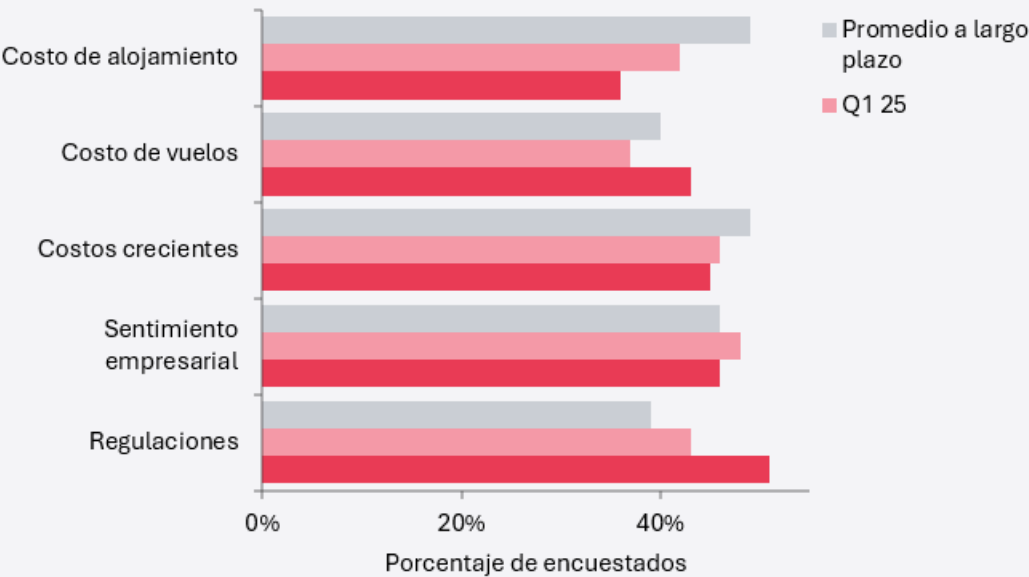


(2) Oxford Economics, abril de 2026

Eventos en el Golfo aumentan preocupaciones sobre los retos principales

Los retos percibidos que enfrenta la industria se incrementaron en el primer trimestre de 2026, pero solo en dos de cinco categorías. El desafío más grande se refiere a la burocracia y las regulaciones.

Desafíos clave del turismo ³

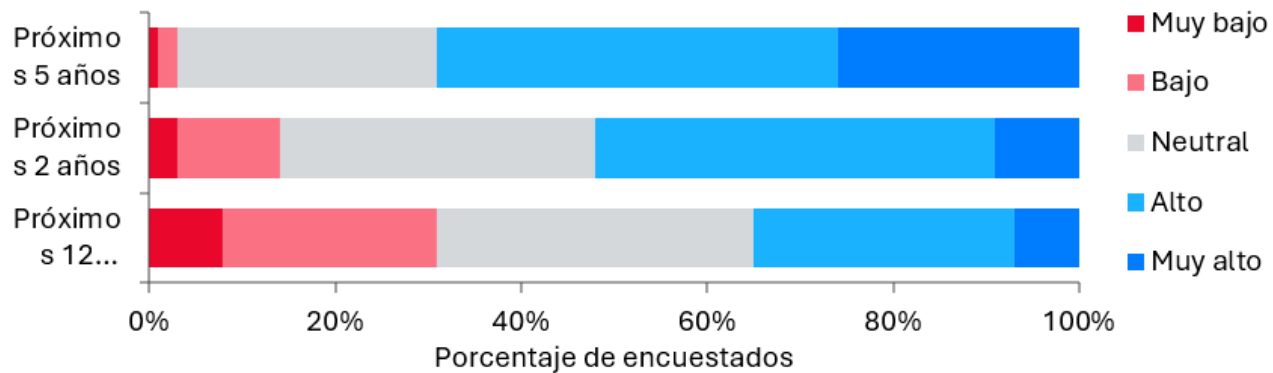


(3) Economía del turismo

Bajan las expectativas para el corto plazo

En respuesta al conflicto en Irán, las expectativas de crecimiento en el sector turístico para los siguientes 12 meses son actualmente más conservadoras, de forma significativa.

Confianza en el crecimiento turístico ⁴



(4) Economía del turismo

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





Alrededor del mundo

La entrada a E.U. dejó de ser rutinaria: los programas deben planearse con más antelación

En 2026, la entrada a Estados Unidos (E.U.) es un punto de presión crítico para los programas de viajes. La IA de VisaDoc ayuda a automatizar los procesos de visado. Pase del cumplimiento reactivo al proactivo.

En los programas de movilidad global y viajes gestionados, la entrada a E.U. se ha convertido en un tema sensible. Es hora de que los programas de viajes cambien. ¿Por qué?

Imagine este escenario: vuelo reservado, hotel confirmado y reuniones concertadas. Sobre el papel, el viaje a E.U. parece listo. Pero en 2026, una de las variables más críticas puede seguir sin resolverse: la autorización de entrada.

Durante años, los requisitos de entrada al país del norte se consideraron tareas administrativas. Para muchos viajeros el Sistema Electrónico de Autorización de Viaje (ESTA) era un pendiente que

se resolvía rápido online. Para otros, una renovación de visado estaba simplemente en curso. Rara vez descarrilaban los planes de negocio.

Hoy en día, las cosas son diferentes. En todos los programas de movilidad global y viajes gestionados, las decisiones de control se determinan cada vez más mucho antes de la salida, a veces mediante sistemas automatizados, a veces a través de una revisión consular ampliada, y no siempre en plazos predecibles.

En la práctica, la frontera se desplazó aguas arriba. Los programas de viaje deben cambiar con ella.

Ya no es viable gestionar el ESTA a última hora

Antes, el ESTA se consideraba rutinario, algo que se tramitaba cerca de la salida sin mayor preocupación. Hoy en día, ese enfoque introduce un riesgo cuantificable.

Los plazos de aprobación son menos previsibles. Un estado «pendiente» 48-72 horas antes de la salida puede convertirse rápidamente en un viaje cancelado sin opción realista de recuperación. No existe una solución para el visado en la misma semana. No hay una solución consular de emergencia que resuelva el problema de la noche a la mañana.

La transición hacia procesos de solicitud biométricos «mobile-first», que requieren

- Verificación biométrica en vivo
- Validación biométrica del chip del pasaporte
- Información de antecedentes ampliada

Las solicitudes requieren ahora la participación directa del viajero. La delegación administrativa ya no es suficiente.

Para los programas de viajes, esto significa que la documentación no puede seguir siendo una tarea secundaria completada días antes del viaje.





Plazos de visado frente a plazos de negocios

Para los viajeros que necesitan visados B1/B2, la brecha entre la urgencia comercial y la capacidad consular sigue siendo significativa.

Los equipos comerciales se mueven a la velocidad de los negocios. En algunos mercados, los retrasos en los consulados aún se miden en meses. Las exenciones de entrevista, que antes eran una vía fiable de renovación, se reducen.

Los ejecutivos que antes renovaban sin problemas pueden enfrentarse ahora a entrevistas en persona con poca antelación.

Si la política interna supone que los visados pueden agilizarse cuando aumentan las necesidades de la empresa, se basa en una lógica obsoleta.

La plataforma de VisaDoc, basada en IA, automatiza el proceso

El impacto se manifiesta en proyectos retrasados, reuniones perdidas y relaciones tensas con los clientes.

Aquí es donde resulta esencial la supervisión especializada. VisaDoc, un proveedor de procesamiento de visados basado en IA, y aliado de BCD en el marketplace, apoya a las organizaciones al validar las vías de visado con antelación.

VisaDoc supervisa ventanas de renovación y ayuda a cambiar el cumplimiento de un proceso reactivo a uno proactivo.



La zona gris en la frontera

Incluso con la documentación adecuada, el riesgo no termina con la aprobación.

Los funcionarios del Servicio de Aduanas y Protección de Fronteras de E.U. siguen escudriñando la distinción entre actividad empresarial permitida y empleo productivo.

La línea puede ser matizada y difícil de articular después de un vuelo de larga distancia.

Las cartas de invitación genéricas que antes pasaban sin problemas ahora pueden dar lugar a preguntas adicionales si el lenguaje sugiere un trabajo no autorizado.

Frases como "ejecución de proyectos" o "apoyo técnico" pueden crear complicaciones si no coinciden exactamente con la clasificación del visado.

En este entorno, las cartas de invitación funcionan menos como anexos administrativos y más como instrumentos de cumplimiento.

Las plantillas centralizadas y jurídicamente revisadas se consideran cada vez más la mejor práctica.

El objetivo no es restringir los viajes de negocios. Se trata de alinear los mensajes de los viajeros con las expectativas normativas y reducir la exposición innecesaria.

Reorganizar el flujo de trabajo

No se trata de añadir burocracia. Se trata de una secuenciación más inteligente. Históricamente, el cumplimiento de la normativa de inmigración solía ir después de la reserva. Los principales programas están invirtiendo ese orden.

Tres ajustes se están convirtiendo en la norma:

- Pasar la reserva: confirmar los requisitos de entrada antes de emitir el boleto
- Supervisar de forma proactiva: realizar un seguimiento de la validez del ESTA y del visado para viajeros frecuentes, tan riguroso como el de la caducidad del pasaporte
- Estandarizar la documentación: asegurarse de que el idioma de la invitación se gestiona de forma centralizada y se verifica legalmente

A través de soluciones coordinadas en todo el marketplace de BCD las organizaciones pueden integrar el apoyo al cumplimiento de visados junto con la inteligencia de riesgos y la comunicación con los viajeros.

Esto crea una infraestructura conectada en lugar de una serie de pasos aislados.

A woman with curly hair, wearing a dark blazer over a white shirt and dark trousers, is walking through an airport terminal. She is carrying a black rolling suitcase in her right hand and a brown leather shoulder bag in her left. The background shows the airport's architecture with long, curved light fixtures and a polished floor.

La cuestión estratégica

La pregunta para 2026 ya no es si se puede reservar un viaje. Es si el cumplimiento se inició con suficiente antelación para que la reserva sea viable. Esperar hasta días antes de la salida comprime las opciones de respuesta y transfiere el control a sistemas externos.

Los programas proactivos tratan la preparación en materia de inmigración como un elemento esencial del deber de diligencia y la continuidad comercial. En un entorno de entrada más escrutado, la preparación no es política. Es disciplina operativa. Y cada vez más, es una ventaja competitiva.



Compromiso de la industria

De la sensibilización a la acción: cómo los viajes de negocios ayudan a prevenir la trata de personas

BCD apoya los viajes más seguros y responsables mediante asociaciones mundiales, actividades de concienciación y orientación que ayudan a los viajeros a estar informados y preparados.

La trata de personas es una de las violaciones de los derechos humanos más extendidas en el mundo actual, y existe en todos los países en los que se realizan viajes de negocios.

Esta realidad confiere al sector de los viajes tanto la responsabilidad como la oportunidad de ayudar a impulsar un cambio significativo.

BCD utiliza su alcance mundial, sus asociaciones y su experiencia para ayudar a prevenir la trata de seres humanos y la esclavitud moderna y promover los viajes de negocios responsables y la seguridad de las personas.

Por qué son importantes los viajes de negocios

La esclavitud moderna incluye el trabajo forzado, la explotación y la trata de adultos y niños mediante coacción o engaño.

Los traficantes suelen utilizar indebidamente las redes mundiales de transporte y alojamiento para trasladar y explotar a las víctimas. Aeropuertos, vuelos, hoteles y transporte terrestre pueden formar parte de esa cadena.

En temporadas de viajes intensos, como las vacaciones o los grandes acontecimientos deportivos o artísticos, suelen aumentar los incidentes de trata de seres humanos, por lo que es aún más importante que los viajeros estén alerta y preparados para actuar.

Dado que los viajes de negocios operan a través de fronteras y sectores, tienen el poder de interrumpir estas pautas.

Los programas de viajes que dan prioridad a la concienciación, la educación y las normas éticas pueden ayudar a reducir el riesgo y apoyar los esfuerzos de prevención en todo el mundo.

Para las empresas que desplazan personas a escala mundial, no se trata de una cuestión teórica, sino práctica.



El compromiso permanente de BCD

BCD adoptó un enfoque global a largo plazo para combatir la trata de personas. Desde 2017, nos hemos asociado con organizaciones líderes como ECPAT y A21 para fortalecer los esfuerzos de prevención y rendición de cuentas.

ECPAT trabaja para proteger a los niños de la explotación sexual en todo el mundo a través de la promoción, la investigación y el cambio de políticas.

A21 es una organización internacional sin ánimo de lucro dedicada exclusivamente a luchar contra la trata de seres humanos mediante el rescate de víctimas, la prestación de asistencia postratamiento y el impulso de campañas de sensibilización.

Juntas, estas asociaciones nos ayudan a prevenir la explotación, educar a las partes interesadas y promover la responsabilidad de la industria.

Internamente, nuestro Comité de sensibilización sobre la trata de personas, al que apoya la dirección ejecutiva, reúne a empleados de todas las regiones y funciones.

El comité trabaja con expertos externos, colabora con organizaciones sin ánimo de lucro y ayuda a traducir el conocimiento en acción en todo nuestro ecosistema empresarial y de clientes.

Nuestra participación en iniciativas como las Cumbres Mundiales de la Libertad de A21 refleja este compromiso.

Estas cumbres reúnen a líderes empresariales, responsables políticos y defensores para compartir conocimientos, alinear esfuerzos y acelerar el progreso.

Refuerzan una verdad esencial: la prevención de la trata de seres humanos requiere la colaboración entre sectores y fronteras.

Aprender y liderar a través de alianzas

En octubre, Pippa Welch, miembro del Comité y Director, Sustainability de BCD, participó en la Cumbre Global Freedom de A21, celebrada en Londres, donde se reunió con líderes mundiales y aprendió estrategias para combatir la trata de seres humanos.

La Cumbre se centró en el creciente problema de la explotación infantil en Internet.

El acto incluyó una película que revelaba la realidad de este delito y reunió a expertos

de Border Force, el Ministerio del Interior y un director de escuela local para facilitar un intenso debate.

"La velada me abrió los ojos ante la rápida expansión de las formas en que este delito utiliza la tecnología para aprovecharse de los jóvenes vulnerables, a menudo de maneras cada vez más difíciles de abordar para las fuerzas del orden y los gobiernos", señaló Pippa Welch.

En este contexto, según su opinión, la tecnología hace el mundo mucho más

pequeño y la explotación mucho más fácil, y demostró que estos problemas no ocurren en otros lugares, sino en todos los países.

"Escuchar sus puntos de vista y aprender del equipo de la A21 me dio esperanzas de que es posible avanzar y me reafirmó en que la educación y la prevención deben ser el centro de atención", añadió.



“

La capacidad de A21 de aunar diferentes perspectivas y voces para abordar estos difíciles temas es realmente inspiradora. La Cumbre Global Freedom fue un acontecimiento impactante.

Pippa Welch.

Director, Sustainability, BCD

En noviembre de 2025, Julie Stuckey, miembro del comité, representó a BCD en la Cumbre contra el Tráfico de Seres Humanos, organizada por la Cámara de Comercio de Estados Unidos en colaboración con A21.

Tras participar en una mesa redonda sobre sensibilización, acción y las maneras como las empresas lideran la lucha contra la explotación, Stuckey, Director, Product Marketing de BCD, declaró haber disfrutado mucho al conectar con el inspirador equipo de A21 y aprender de él.

Christine Caine, Nick Caine, Markee Johnson y Charlie Blythe, de A21; Marsha Blackburn y Cindy Hyde-Smith, senadoras de E.U., y Lynn Fitch, fiscal

general de Mississippi, compartieron la forma como impulsan el cambio legislativo en E.U.

También, participaron expertos en temas que van desde el papel de la tecnología en la lucha contra la explotación online hasta la creación de culturas empresariales libres de esclavitud.

¿Pero lo más impactante? La conmovedora intervención de Esteban, un superviviente, que nos recordó por qué este trabajo es tan importante.

“Fue una reunión increíble de líderes, defensores y responsables políticos unidos en la lucha contra la trata de seres humanos”, expresó Julie Stuckey.





De la sensibilización a la acción

La trata de personas es compleja, pero los avances se producen cuando las organizaciones actúan de forma coherente y colectiva, dando forma a una política, una asociación y una conversación cada vez.

Para BCD, esto significa seguir invirtiendo en educación, apoyando a socios de confianza y fomentando conversaciones informadas en todo el ecosistema de los viajes. La sensibilización por sí sola no crea el cambio, la acción sí.

Orientación para organizadores y gestores de viajes

Los organizadores y gestores de viajes desempeñan un papel importante a la hora de ayudar a los empleados a viajar de forma responsable y segura. Como parte de su deber de diligencia, considere la posibilidad de compartir las siguientes orientaciones con los viajeros antes y durante los viajes.

Si un viajero cree que puede estar presenciando una situación relacionada con la trata de seres humanos, se le debe aconsejar que:

- **No intervenir directamente:** nunca se enfrente a presuntos traficantes o víctimas, ya que podría ponerlos en peligro
- **Permanecer atentos:** invite a los viajeros a anotar detalles como el lugar, el momento, los comportamientos y cualquier descripción pertinente, sin llamar la atención
- **Informe discretamente sus preocupaciones:** los viajeros pueden alertar a las autoridades locales, a la seguridad del aeropuerto, al personal de la aerolínea o a la dirección del hotel, dependiendo de dónde se produzca la situación
- **Use canales confiables de información:** organizaciones como A21 y ECPAT ofrecen orientación y opciones de denuncia seguras que pueden utilizarse cuando sea apropiado

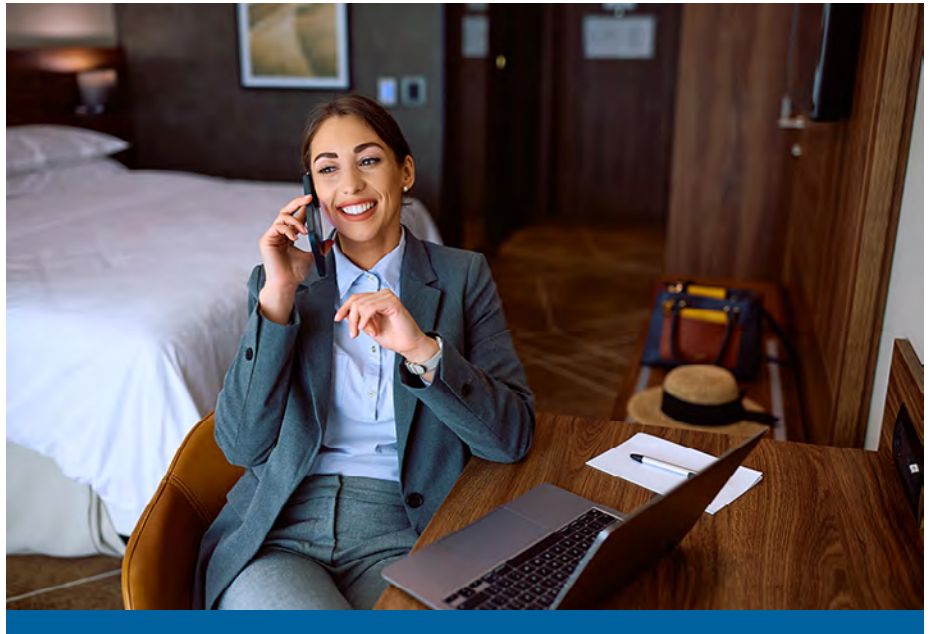
Al dotar a los viajeros de una orientación clara y práctica, los gestores de viajes pueden contribuir a la concienciación, al tiempo que dan prioridad a la seguridad de los empleados y a una actuación responsable.



Guía práctica

Cómo optimizar su programa hotelero para obtener ahorros reales

Una guía paso a paso para reducir el gasto hotelero y mejorar el valor para los viajeros.



Hoy en día, el ahorro hotelero es diferente al de hace unos años. El modelo tradicional -contratar una vez al año, asegurar tarifas fijas y esperar que los viajeros reserven correctamente- no dará los resultados que las organizaciones necesitan. Los cambios en la demanda, los nuevos comportamientos de reserva y las presiones económicas exigen un enfoque más ágil.

Si su objetivo es reducir el gasto hotelero y mejorar el valor para los viajeros, la clave es la optimización continua.

A continuación, nuestros expertos hoteleros de Advito le ofrecen algunas pautas para empezar:



1. Conozca los datos de su hotel

Comprender los aspectos básicos del rendimiento de sus tarifas es la base de cualquier estrategia de éxito. Dos métricas son las más importantes: la tarifa media negociada (ANR) y la tarifa media reservada (ABR).

Tarifa media negociada (ANR): la tarifa media ponderada que ha negociado para una propiedad o mercado. Utilícela para:

- Comparar con la mejor tarifa disponible (BAR)
- Validar sus niveles de descuento
- Prever ahorros potenciales

Tarifa media reservada (ABR): la tarifa que los viajeros reservan realmente. Utilícela para:

- Medir el rendimiento real del programa
- Identificar lagunas de cumplimiento
- Detectar oportunidades para influir en la elección del viajero

Por qué es importante: la ANR muestra su potencial. La ABR muestra su realidad. La brecha entre ambos revela dónde se están escapando los ahorros y dónde las mejoras específicas pueden tener el mayor impacto.

El Panel de Rendimiento Hotelero, desarrollado por nuestra consultora **Advito**, le permite supervisar fácilmente la competitividad del programa hotelero negociado y descubrir oportunidades de ahorro ocultas a lo largo del año.





2. Pase de la contratación estática a la gestión continua del rendimiento

La contratación anual es aún importante, pero no debe ser el único momento en el que analice su programa hotelero.

Las tarifas, la demanda y el comportamiento de los viajeros cambian constantemente. Un enfoque estático puede dejar un valor sustancial sin realizar.

Cómo adoptar una estrategia más dinámica:

- Supervise el rendimiento de las tarifas durante todo el año
- Detecte a tiempo las tarifas no competitivas
- Siga los cambios en las pautas de reserva
- Redirija a los viajeros hacia opciones más ventajosas
- Ajuste los objetivos de contratación y tarifas a mitad de año, no meses después de cuando se necesita realmente

Lo que ofrece: ahorros sobre los que puede actuar ahora, no dentro de 12 meses



3. Convierta las lagunas de datos en inteligencia estratégica

Confiar únicamente en los datos facilitados por las agencias puede dejar sin seguimiento hasta un 40 % del gasto debido a reservas fuera del canal o no conformes.

La falta de tanta información dificulta el control del gasto y la negociación eficaz. Construya una imagen completa mediante la consolidación de:

- Datos de viajes
- Datos de tarjetas de crédito
- Datos de gastos

Con una visibilidad total, puede identificar

- Reservas fuera del canal que aumentan los costes
- Hábitos de reserva poco económicos
- Mercados o propiedades donde existen mejores ofertas
- Oportunidades de gran valor para la negociación o la orientación del viajero

La recompensa: una base de referencia más precisa y una visión más nítida que convierte los datos de «riesgo» en ventaja competitiva.



4. Use la tecnología para tomar decisiones más inteligentes

Los principales programas de viajes de hoy en día utilizan los datos y la tecnología de forma conjunta para gestionar el gasto hotelero de forma más eficaz.

Las herramientas de Advito y BCD le ayudan a supervisar la competitividad, orientar el comportamiento de los viajeros y modelar la mejor estrategia de contratación para sus mercados.

Lo que debe saber: cuando sus sistemas revelan información en tiempo real, puede corregir los problemas antes y obtener mejores resultados.



5. Optimice continuamente

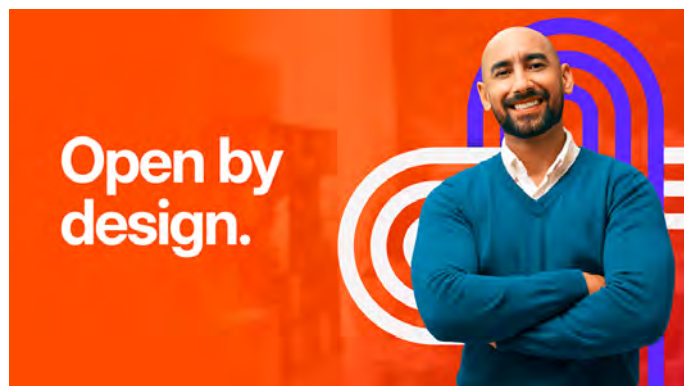


El ahorro hotelero no es el resultado de un único acontecimiento anual. Proceden de ajustes constantes y bien informados. Piense en su programa hotelero como algo que se ajusta a lo largo del año, no como algo que se fija y se revisa una vez.

Su lista de chequeo:

- Revisar periódicamente la ANR y ABR
- Hacer seguimiento a la competitividad de las tarifas, por establecimiento y mercado
- Guiar a los viajeros hacia los hoteles preferidos, con un buen rendimiento
- Actualizar tarifas o buscar nuevos proveedores, cuando sea necesario
- Consolidar fuentes de datos para cerrar brechas de visibilidad
- Aprovechar las herramientas BCD y Advito para el análisis continuo

Breves BCD



Una marca pensada para el futuro: BCD es Open by Design

Las renovaciones de marca son habituales. Las significativas son poco frecuentes. La renovada identidad de marca de BCD refleja su compromiso con la innovación, la transparencia y la colaboración. Es señal de nuestros avances en experiencias digitales, capacidades ampliadas y un ecosistema más conectado para los clientes

TripSource gana el Gold Stevie Award a mejor aplicación de viajes

TripSource® fue reconocida en la 24ª edición de los premios anuales American Business Awards, que celebran el rendimiento y la innovación sobresalientes en todos los sectores. Con sólidas funciones de reserva y un control centralizado del programa, TripSource ofrece una solución personalizada, fluida y escalable para los viajes de negocios.



BCD Travel y Delta Air Lines anuncian alianza estratégica a largo plazo

BCD Travel anunció un acuerdo plurianual con Delta Air Lines, que consolida una alianza estratégica a largo plazo y con visión de futuro, diseñada para ofrecer valor excepcional e innovación a los programas de viajes corporativos del mundo. Esta alianza garantiza mejor contenido y servicio para clientes y viajeros en los próximos años.





BCD Travel se asocia con American Airlines para impulsar adopción de NDC

BCD ha mantenido un alto porcentaje de reservas NDC y es líder en la adopción de la NDC de American Airlines. La TMC se ha consolidado como un socio clave en el impulso de la adopción de esta tecnología y la modernización del retail para viajeros de negocios. BCD garantiza que los clientes corporativos puedan acceder al contenido de las aerolíneas sin problemas.

Estudio de BCD revela principales preocupaciones en riesgos para viajeros de negocios

Los incidentes de transporte y los riesgos para la salud figuran entre las principales preocupaciones de los viajeros de negocios de todo el mundo, según una encuesta realizada en noviembre por el equipo de Research & Intelligence de BCD a 1.284 viajeros de negocios. La delincuencia y los desastres naturales les siguen como otras de las principales preocupaciones.



Caso de éxito

¡Luces, cámara, a viajar! Logística de última hora para cumbre mundial sobre producción

A principios de 2025, nuestro cliente organizó una Cumbre de Producción en Madrid, que reunió a participantes de 22 países de toda Europa y otras regiones. Diseñado para fomentar la colaboración y coordinación a nivel global dentro de la empresa, el evento supuso un hito importante y, por primera vez, se le encomendó a nuestro equipo la gestión de toda la logística de los viajes.

Con solo dos meses de antelación, se nos encomendó la tarea de garantizar que todos los viajeros disfrutaran de un viaje bien coordinado y

sin contratiempos, a pesar de los plazos ajustados, los cambios en los planes y las modificaciones en los requisitos de alojamiento.





Planeación y ejecución

Con solo ocho semanas de antelación para este evento, transportamos a 78 pasajeros de 22 países hasta el lugar de celebración; asignamos rápidamente al proyecto a agentes de producción especializados y con experiencia, y comenzamos con una reunión inicial para comprender a fondo la naturaleza del proyecto y lo que se necesitaba.

Además, se creó rápidamente una hoja de cálculo colaborativa en vivo para el seguimiento en tiempo real de todas las reservas, que se compartió directamente con el cliente para garantizar la transparencia y rendición de cuentas.

El siguiente paso fue contactar a todos los proveedores hoteleros de la zona donde se celebraba la cumbre para concertar reuniones con el fin de negociar tarifas, y comparar disponibilidad, precios y servicios en seis hoteles de Madrid antes de confirmar la selección final.

Objetivos

Nuestros objetivos principales fueron:

1. **Ofrecer una experiencia de reserva sencilla tanto para quienes reservan como para los viajeros:** desde el principio, nos dimos cuenta de que estos viajeros eran nuevos en nuestra plataforma y estaban acostumbrados a procesos diferentes. Nuestro objetivo era crear un flujo de trabajo de reserva optimizado y fácil de usar, con instrucciones claras, precios transparentes y un número mínimo de campos en los formularios, para garantizar la facilidad de uso desde la primera interacción. Al anticiparnos a sus necesidades y preferencias, generamos confianza y redujimos las dificultades a lo largo de todo el proceso.
2. **Visibilidad total y seguimiento preciso de todas las reservas:** para eliminar el riesgo de pasar por alto detalles, durante este proyecto de ritmo acelerado, implementamos visibilidad de las reservas en tiempo real. Una herramienta de seguimiento compartida basada en la nube proporcionó actualizaciones al minuto sobre el estado de los viajeros, los boletos de avión, la asignación de habitaciones de hotel y los cambios en el itinerario. Este intercambio proactivo fomentó la responsabilidad y la tranquilidad tanto para el equipo como para el cliente.



3. Maximizar la eficiencia de costos: nos propusimos negociar tarifas grupales competitivas para las habitaciones de hotel, mediante la realización de estudios de mercado y el aprovechamiento de nuestras relaciones con los proveedores basadas en el volumen. Al negociar no solo el precio, sino también el valor agregado (como desayuno, Wi-Fi y condiciones flexibles), nos aseguramos de que el cliente obtuviera un ahorro óptimo de costos sin sacrificar la calidad



Nuestra estrategia

1. Implementamos una herramienta de seguimiento colaborativa en tiempo real:

Creamos una hoja de cálculo en la nube que permitía al equipo registrar y actualizar todos los detalles de las reservas a medida que se producían. Esta herramienta se compartió directamente con el cliente, lo que le brindó una visibilidad total del proceso de viaje en todo momento, mejoró la transparencia, confianza y rendición de cuentas. Esto era imprescindible para el cliente, ya que quería saber qué ocurría en tiempo real. También, ayudó a optimizar la coordinación interna y a reducir el riesgo de pasar por alto detalles o duplicar esfuerzos

2. Contamos con agentes de viajes especializados y con experiencia en producción:

Se asignaron dos agentes dedicados exclusivamente a este proyecto, seleccionados por su amplia experiencia en logística de viajes para eventos y producciones. Su pericia nos permitió cumplir con los plazos ajustados, gestionar solicitudes de última hora y mantener una comunicación fluida y eficiente entre los

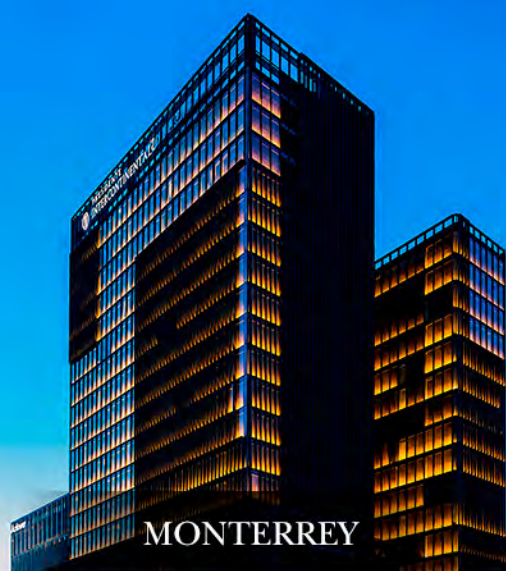
encargados de las reservas, los viajeros y el cliente. El equipo trabajaba con viajeros de varios países, por lo que gestionar las diferencias culturales no fue un problema para nuestros agentes

3. Se llevó a cabo una búsqueda y negociación exhaustivas de hoteles:

sabiendo que la ubicación propuesta inicialmente tenía opciones limitadas de alojamiento y restaurantes, se lo comunicamos rápidamente al cliente y juntos cambiamos nuestro enfoque para buscar alojamiento a unos kilómetros de distancia, en una ciudad más grande, y asegurar el transporte. Nuestro equipo realizó una comparación exhaustiva de seis hoteles céntricos, evaluándolos en cuanto a la competitividad de sus tarifas, la disponibilidad y los servicios que ofrecen (especialmente la capacidad para atender comidas de grupo y registros de entrada tardíos). Gracias a una estrecha colaboración con nuestros socios hoteleros, y al aprovechamiento de nuestras relaciones con los proveedores, conseguimos un establecimiento que se ajustaba a las necesidades del cliente sin comprometer la calidad ni la rentabilidad.



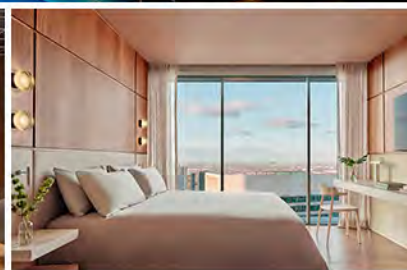
LA EXCELENCIA TIENE DOS DIRECCIONES



MONTERREY



MEXICO CITY MIYANA



PRESIDENTE
INTERCONTINENTAL®
MONTERREY

DONDE LOS GRANDES NEGOCIOS ENCUENTRAN SU MEJOR DESTINO

Una experiencia de hospitalidad que combina ubicación privilegiada, servicio excepcional y espacios diseñados para impulsar reuniones, conexiones y grandes oportunidades.



293
Habitaciones



2
Restaurantes



Bodas
y eventos
sociales



+1390 m²
de espacios
para eventos



PRESIDENTE
INTERCONTINENTAL®
MEXICO CITY MIYANA

POLANCO, DESDE UNA NUEVA ALTURA

Una nueva experiencia de hospitalidad se eleva sobre Miyana, donde el diseño contemporáneo, las vistas excepcionales y una ubicación privilegiada transforman la manera de hospedarse, encontrarse y hacer negocios en la Ciudad de México.



184
Habitaciones



1
Restaurante
de especialidad
italiana



Bodas
y eventos
sociales



3 Salones y
1 Terraza hasta
para 250 personas

Dos destinos. La misma promesa.

Hospitalidad de lujo, experiencias memorables y un servicio excepcional.

T. 81 1168 4900 | presidenteicmonterrey.com

Av. Real San Agustín #301, Colonia Real de San Agustín,
San Pedro Garza García. C.P. 66260

T. 55 9494 9900 | presidenteicmiyana.com

Av. Ejército Nacional 769, Torre A, Pisos 17-25,
Granada, Miguel Hidalgo, 11520, Ciudad de México