

A man with a beard, wearing a white lab coat and a white hairnet, is smiling broadly. He is standing next to a metal shelving unit with several empty shelves. The background is a bright, industrial setting with overhead lights.

**Una historia de consolidación:  
Un fabricante multinacional  
pasa de 95 TMCs a 1**



**60**

países  
soportados

**\$7m**

en ahorros

**3:1**

Retorno sobre la  
inversión



5 estrellas en  
satisfacción del cliente

### Un vistazo detrás de cámaras

Con más de 130,000 empleados distribuidos en 60 países de todo el mundo, un fabricante multinacional de dulces, productos alimenticios y artículos para mascotas decidió que había llegado el momento de optimizar sus operaciones de viaje.

El fabricante llevaba años trabajando cómodamente con varias TMC de todo el mundo. Después de que FCM obtuviera inicialmente una alianza con ellos en E.E.U.U y el sudeste asiático, el fabricante se dio cuenta de las ventajas de consolidar sus operaciones globales de viajes con FCM. ¿Cuánto más sencillo sería el proceso de viajes con menos puntos de contacto y proveedores que gestionar? ¿Cuánto podrían ahorrar si todos los datos de los viajes se almacenaran en un único lugar? El fabricante se dio cuenta: había llegado el momento de globalizar, consolidar y optimizar.

Al cabo de sólo un año de colaboración, FCM ganó la confianza del fabricante en toda Europa, y Sudáfrica también pasó a estar bajo su amparo. En 2021, mediante un ejercicio de contratación competitiva de las regiones pendientes de Asia Pacífico, Medio Oriente, África y Latinoamérica, FCM se convirtió oficialmente en la única TMC del fabricante para todas sus regiones globales: Norteamérica, Latinoamérica, Europa, Medio Oriente, África y Asia.

### Superando las diferencias

**"Nuestra alianza con FCM ha sido  
el punto culminante de mi  
carrera".**

GESTOR DE VIAJES DEL FABRICANTE

¿Cómo consolidar los viajes internacionales de 95 agencias de viajes diferentes de todo el mundo en una sola? Se necesita paciencia, pasión y determinación.

Cuando FCM se unió, el equipo descubrió que el enfoque de los viajes dentro de la organización era incoherente. Cada mercado geográfico tenía políticas de viajes diferentes y gestionaba los viajes de forma muy distinta.

Esto significaba que no había visibilidad de nada. La consolidación ofreció al fabricante la oportunidad de comprender sus datos para poder tomar decisiones acertadas sobre su programa global de viajes, desde el riesgo y la experiencia del viajero hasta los proveedores preferidos y el comportamiento del viajero.

Estaba claro que había llegado el momento de cambiar. Pero el cambio puede ser duro, sobre todo cuando la sede del fabricante en Estados Unidos llevaba más de 30 años trabajando con la misma empresa de gestión de viajes.

---

## Aceptando la diversidad

**"Nuestra asesora de FCM, Katy, es muy receptiva y servicial. Es agradable trabajar con ella y es una gran fuente de información para nosotros cuando tenemos preguntas sobre protocolos o tendencias del sector. Entiende muy bien nuestras geografías actuales y sus necesidades".**

GESTOR DE VIAJES DEL FABRICANTE

La consolidación no sólo se produce desde el punto de vista organizativo, la consolidación del esfuerzo es igual de importante. FCM abordó esto de frente y trabajó para conocer a fondo los comportamientos de viaje en cada mercado.

Como la organización nunca exigió el uso de un único proveedor, el equipo de FCM se puso en marcha y visitó cada región para presentar el valor de un programa de viajes consolidado y conseguir la aceptación local.

FCM se sumergió en los diagnósticos de cada mercado y cada entidad de negocio: ¿Cómo pagaban los viajes? ¿Utilizaban herramientas de reserva en línea? ¿Cuál era su enfoque de los procesos de aprobación? Los resultados confirmaron las observaciones iniciales: no había dos mercados o entidades que enfocaran los viajes de la misma manera. Cada gestor de viajes tenía una idea distinta de lo que significaba "viajar" para ellos como organización, y algunas entidades tenían una política de viajes establecida, mientras que otras no.

Al comprender mejor las prioridades de cada mercado, FCM ayudó a la organización a desarrollar una política global de viajes lo suficientemente ágil y flexible como para adaptarse a cada entidad de negocio. Se introdujeron nuevos enfoques, como los campos de descripción del "motivo del viaje", para ayudar a racionalizar y detallar las operaciones. Para aumentar la eficiencia y la coherencia, se identificó a un comprador de viajes dedicado en cada mercado como contacto principal de FCM.

Al aprovechar la fuerza de la red mundial de expertos de FCM, se proporcionó a cada mercado un servicio excepcional, mientras todos beneficiaban de los conocimientos locales que impulsaron el valor en todos los rincones del mundo.

---

## Mayor visibilidad. Y más ahorros.

No es ningún secreto que unos datos precisos y optimizados pueden ayudar a las empresas a tener una visión clara de sus operaciones y costos. Unos datos más limpios conducen inevitablemente a una mejor toma de decisiones.

Una vez que las distintas regiones globales se unieron bajo un mismo criterio, FCM obtuvo una visibilidad total de los datos de la empresa. ¿El resultado? Un mayor poder de negociación hotelera y aérea. Si añadimos una claridad inigualable sobre las tendencias y nuevos conocimientos sobre los comportamientos de compra de los viajeros, esa visibilidad total puede abarcarlo todo.

FCM introdujo nuevas soluciones tecnológicas interconectadas que daban a todas las regiones globales acceso a las mismas herramientas y recursos con una conexión tipo Single Sign-On. Las aprobaciones previas a los viajes, las reservas, el seguimiento de los viajeros, los reportes: todo lo relacionado con los viajes, desde la reserva hasta la app móvil, se integró en una sola plataforma.

Con la última tecnología a su alcance, la empresa pudo ofrecer una experiencia de reserva digital mejorada a todos sus viajeros.

La eficiencia de los empleados se disparó. Los costos cayeron en picada. Tras unos meses de trabajo con FCM, la empresa consiguió un ahorro global de más de 7 millones de dólares y un retorno de la inversión de 3:1.



## Una sola plataforma tecnológica para todos

"Estamos encantados con la herramienta de reservas online. También nos encanta SAM y alrededor del 90% de nuestros viajeros utilizan ahora la aplicación con chatbot integrado para que les ayude en sus trayectos."

GESTOR DE VIAJES DEL FABRICANTE

Para garantizar la coherencia de los reportes en todas las regiones, FCM colaboró con el cliente para desarrollar una serie de reportes que pudiera aplicarse a todas las marcas y en todos los mercados. Esto incluye dashboards informativos, reportes personalizados y visibilidad en toda la región y el mundo.

La toma de decisiones se hizo mucho más fácil, y la dirección pudo tomar medidas rápidas basadas en métricas e informes basados en gatillos de compra.

FCM Platform garantizó que la nueva política de viajes ágil, los proveedores preferentes y los perfiles de los viajeros fueran de fácil acceso y navegación. Al consolidar todas las reservas de viajes a través de una sola herramienta de reservas, FCM agilizó la eficiencia global de las opciones de transporte ferroviario, aéreo, hotelero y terrestre. Para impulsar la eficiencia y la viabilidad de la herramienta de reservas online, FCM se propuso superar el 80% de adopción, y lo consiguió mediante la educación y la promoción de las capacidades de autoservicio 24/7.

## Al son de la misma melodía

No es fácil acertar en un proyecto de consolidación de esta magnitud. Todo el mundo, independientemente de la región o el destino, tiene que estar en la misma página y seguir un marco de excelencia operativa coherente, sin dejar de ser consciente de los matices regionales.

El equipo de FCM viajó por todo el mundo, cultivó relaciones, impartió entrenamientos y organizó talleres. El objetivo era garantizar que todos los equipos, globales y locales, supieran lo que se esperaba de ellos y comprendieran claramente la política de viajes, la herramienta de reservas y los mecanismos de información. Y como no todo el mundo podía asistir a los talleres presenciales, nuestro equipo también lo hizo virtualmente. Una comunicación clara y unos mensajes coherentes hicieron que todo el mundo cantara al son de la misma melodía.

## Un futuro consolidado...

La consolidación a través del esfuerzo, la organización y el conocimiento fue un gran éxito, gracias a las sólidas asociaciones, el trabajo en equipo y la comunicación abierta y clara de todos los stakeholders de FCM, los equipos de TI, los especialistas en desarrollo de productos y la alta dirección. Con aún más tiempo, este fabricante global seguirá viendo los beneficios de su inversión al pasar de 95 TMC regionales a una sola alternativa: FCM.

**FCM**

Caso de estudio: Fabricante multinacional

FCM917860228