

ÍNDICE

Introducción

1. Prólogo
2. Listado de participantes
3. Definición de viaje corporativo
4. Naturaleza y objeto de los viajes corporativos
5. Tendencias del mercado de los viajes corporativos
6. Indicadores del mercado del viaje corporativo

El proceso de la compra

7. Liderazgo en la compra dentro de la organización
8. Definición del equipo de compras para viajes corporativos
9. Definición de necesidades y alcance de las mismas
10. Proceso de homologación de proveedores
11. Mesa de Compras como órgano de decisión
12. RFI (request for information)
13. RFP (request for proposal)
14. Modelos de negociación y transparencia del proceso
15. Negociación: rondas, subastas y plataformas digitales
16. Análisis de propuestas: puntos clave y valor diferencial
17. Definición de criterios de adjudicación
18. Toma de decisión
19. Contratación, facturación y condiciones económicas

Catálogo de servicios

20. Alquiler de coches y renting
21. Servicios hoteleros
22. Servicios aéreos
23. Tren
24. TMC (agencia de viajes)
25. Movilidad: taxi / VTC
26. Parking
27. Medios de pago
28. Risk management

Tecnología

29. Herramienta de autorreserva
30. Gestión del gasto
31. Herramientas end-to-end
32. GDS

Gestión del servicio

33. Política de viajes
34. Actores implicados de la gestión
35. Implantación
36. Ejecución del servicio y puntos críticos de la operativa
37. Account management
38. Globalización
39. Gestión de la información
40. Programa de ahorros
41. Traveler engagement

Conclusiones

42. RSC y viajes corporativos
43. Glosario de términos