

CURSO

Compra y gestión de Viajes Corporativos

📍 **BARCELONA:** 29 y 30 de enero de 2025.

📍 **MADRID:** 1 y 2 de abril 2025

📍 **BARCELONA:** 2 y 3 de junio 2025.

OBJETIVOS

El objetivo de este curso es identificar las claves para optimizar el gasto de la cuenta de viajes en las empresas:

- Análisis del sector
- Elaboración de una Política de viajes.
- Diseño de una estrategia a medio-largo plazo con la involucración de los profesionales de Compras.
- Monitorización del proceso.

DIRIGIDO A

- Travel Managers.
- Compradores de Viajes.
- Recursos Humanos.

PONENTE

D. Juan del Rey

Responsable de Desarrollo de Negocio de AERCE y durante más de 15 años ha desarrollado su carrera profesional en el Sector del Viaje Corporativo. Experiencia en proyectos de compras y gestión de equipos. Experto en la Norma Europea de Compras de AERCE.

PROGRAMA

PARTE I - EL SECTOR DE CORPORATIVOS VIAJES PARA EL DEPARTAMENTO DE COMPRAS

El Business Travel, fuera y dentro de la empresa

- Introducción, definición, modelos y objetivos.
- Tendencias del Business Travel y su importancia como indicador económico
- Situación del mercado e influencia de Compras.
- La figura del Departamento de Compras en la familia de viajes: presupuesto de gasto.
- Objetivos actualizados del Departamento de Compras

Interlocutores del proceso

- Departamento de Compras
- Otros departamentos: Financiero, IT, Servicios Generales y RRHH.
- Agencias de Viajes y el Account Manager.
- Distribución turística: GDS, mayoristas, nuevos modelos, hacia dónde vamos, en otros países.
- Proveedores finales: low cost, hoteles, alta velocidad, aéreo, rentacar, taxi, seguros.
- Sistemas tarifarios.
- Medios de pago: bono, crédito, prepago, tarjetas de crédito.
- El Travel Manager

El perfil actual del viajero

- Necesidades y expectativas
- Comunicación interna
- Departamento de Recursos humanos
- Hacia dónde vamos

Tecnología aplicada a la gestión de viajes

- Seguridad y gestión de viajeros: localización.
- Innovación, tecnología y tendencias.
- Portal de viajes
- Mobile
- Herramientas end to end
- Reporting, análisis y seguimiento

Compras de viajes dependiendo del sector empresarial

- Tipos de empresas por sector y necesidades
- Características del servicio requerido
- Necesidades de ahorro y gestión
- Modelos de servicio: deportivos, pharma, consultoría, ingeniería, sector público.

Política de viajes y su relación con el Departamento de Compras

- Construcción de la estrategia empresarial.
- Objetivos del programa de viajes y del departamento de compras.
- Definición y contenido de la política de viajes
- Base, alcance y medios
- Beneficios para la empresa y para el viajero
- Proveedores preferentes
- Procedimiento liquidación de gastos
- Seguridad del viajero - Travel risk management
- Claves para un efectivo Travel Management
- Analizar, cuantificar y evaluar.
- Desarrollar e implementar

PARTE II – CLAVES PARA EL DEPARTAMENTO DE COMPRAS

Liderazgo interno en la compra durante el proceso.

- Departamentos implicados en el proceso
- Dependencias jerárquicas y funcionales
- Definición de un equipo adecuado al proyecto y sus interlocutores
- Coordinación interna
- Definición del valor añadido y la parte intangible del servicio.
- Definición de roles de los perfiles de servicios generales y compras.
- Definición del decisor de la empresa

Estrategia de compras en la contratación del gasto.

- Claves de la negociación
- El proceso de la negociación
- Herramientas psicológicas.
- Compra inteligente
- Objetivos tácticos y estratégicos
- Indicadores y resultados

Claves de la optimización de costes.

- Claves para una buena gestión.
- Análisis de la tipología del gasto
- Ahorros potenciales
- Deducción tributaria
- Programa de ahorros y su progresión en el tiempo
- Medición de resultados y ROI de la cuenta de viajes Tecnología

Compliance en viajes y su relación con compras.

- Definición de necesidades
- Líneas a seguir y gestión
- Análisis de resultados
- Relación con los proveedores
- Como comprar con Responsabilidad Social

La relación de Compras ante acuerdos globales y locales

- Negociaciones internacionales
- Modelos de servicio
- Gestión de la información
- Estrategia de gestión y negociación
- Análisis de propuestas
- Relación con proveedores

PARTE III – GESTIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS

Proceso de contratación de los viajes corporativos

- Definición de datos necesarios
- Apertura y definición del proceso de licitación
- Procesos de selección y homologación de proveedores
- Modelo de comunicación con proveedores durante el proceso
- Pliegos del concurso
- Gestión de consultas
- Calendario y timing del proceso.
- Presentación de la oferta y proyecto

Modelos presupuestarios

- Gestión de la transparencia durante en el proceso.
- Rangos presupuestarios
- Modelos económicos
- Condiciones económicas

Análisis de las propuestas, negociación y adjudicación

- Ponderación
- Selección a través de kpis objetivos
- Análisis de calidad por compras
- Puntos clave de la propuesta
- Valor diferencial añadido y percibido que debe contener en función de los objetivos
- Negociación de condiciones de acuerdo a necesidades.

- Modelos de precio cerrado, subasta y negociación.
- Análisis de riesgos.
- Definición de criterios de adjudicación.

Procedimientos en la Contratación del proveedor

- Gestión de la adjudicación
- Definición de requisitos
- Firma de contratos de servicios
- Plazos temporales de la gestión.
- Documentación a presentar
- Gestión de seguros
- Aspectos de confidencialidad por ambas partes.

Fases en la implementación del servicio

- Partes implicadas y definición de roles.
- Funciones del departamento de compras
- Relación entre proveedores
- Construcción y definición del Retro-timing
- Definición del proceso y fases
- Comunicación interna y externa
- Definición del equipo de trabajo.

Seguimiento del contrato

- Definición del business plan
- Herramientas de gestión para compras
- Definición de los kpis correspondientes para el análisis.
- Seguimiento del nivel de servicio requerido SLA
- Plan de mejora continua y próximos pasos a seguir
- Planificación de la demanda interna - Forecasting Temporalidad y plazos

HORARIO DE LAS CLASES

En Madrid y Barcelona: 09:30 a 13:30 y de 15:00 a 18:00 horas.

LUGAR DE CELEBRACIÓN

En Barcelona: Salones UPF Barcelona School of Management, C/Balmes, 132-134 -08008 Barcelona

En Madrid: Aula AERCE en IGS La Salle. C/La Salle nº10, 28023 Madrid.

BONIFICABLE PARCIALMENTE A TRAVÉS DEL SISTEMA DE FINANCIACIÓN DE LA FORMACIÓN CONTINUA

AERCE no realiza los trámites para gestionar la bonificación

CONDICIONES DE INSCRIPCIÓN

- No Asociados: 950€ + IVA

- Descuentos del 20% para profesionales y empresas asociadas a AERCE:

(Nota: Aplicable únicamente para asociados del plan vigente de cuotas, que corresponde a altas y actualizaciones de cuota posteriores a 1-1-2017)

- Descuento de un 10% para las segundas y sucesivas inscripciones.

- Descuento por inscripción anticipada: descuento del 5% en aquellas inscripciones recibidas y abonadas con una antelación mínima de un mes respecto al inicio del curso.

- Este curso tiene plazas limitadas.

- El precio incluye la documentación.

- Cancelación: para tener derecho al reintegro total del importe desembolsado de la inscripción al Curso, se debe comunicar a AERCE como mínimo 10 días laborables antes del inicio del mismo. Si se comunica la no asistencia al curso entre los 10 y 2 días laborables antes del inicio del mismo, se penaliza con el 50% del importe desembolsado. Si se comunica la no asistencia a la actividad 2 días laborables antes de la fecha de inicio del curso, tendrá una penalización del 100% del importe desembolsado. Las cancelaciones una vez iniciada la actividad, no tendrá derecho a devolución alguna. Se admite la sustitución de la persona inscrita por otra de la misma empresa.

AERCE se reserva el derecho de modificar o anular la fecha del curso. AERCE no se hace responsable de los gastos incurridos en desplazamiento y alojamiento contratado por el asistente.

RESERVAS

Tlf.: 93 453 2580

Email: formacion@aerce.org

O a través de www.aerce.org