



**SE ESPERA QUE LA MAYORÍA DE LOS PRESUPUESTOS DE VIAJES DE EMPRESA EN EUROPA SE
MANTENGAN ESTABLES EN 2014**

Las empresas europeas darán máxima prioridad al control de costes

Madrid – Diciembre 19, 2013 – De acuerdo con el *Barómetro EVP (Espace Voyage Professionnel)* de *American Express Global Business Travel 2013* (“el barómetro”), el 64% de los presupuestos de viajes de negocios durante 2013 se mantuvieron sin cambios, como pronosticaban los resultados del año pasado. En 2014, se espera que el 72% de los costes sigan estables y que en un 18% aumente. Este incremento se explica por una sensación de optimismo entre los países europeos, con el 82% de los encuestados indicando que han experimentado una situación económica favorable durante los últimos doce meses.

“En un entorno en el que los presupuestos para los viajes de negocio permanecerán estables, sigue siendo vital que las empresas se centren en maximizar los presupuestos de los que disponen. Dado que las compañías consideran cada vez más los viajes de negocio como una inversión (27% en 2013, frente al 23% en 2012), las compañías de gestión de viajes tienen un papel que desempeñar para apoyar a las empresas a aprovechar al máximo esta inversión, al facilitar el control de costes y aumentar la transparencia del gasto,” comenta Luis Dupuy, Director General de American Express Barceló Viajes.

Principales prioridades: control de costes y seguridad del viajero

De acuerdo con el barómetro, implementar medidas destinadas a controlar los costes sigue siendo la principal preocupación de las empresas, el 87% lo consideran una prioridad, en comparación con 79% en 2012. Todas las categorías (aéreo, hoteles, trenes, transporte terrestre y cargos auxiliares) están siendo revisadas de cerca por las empresas, y los encuestados identificaron nueve claves para optimizar los presupuestos:

1. Buscar la mejor oferta
2. Evaluar el coste total del viaje
3. Monitorizar los billetes no utilizados
4. Comprar los billetes por adelantado
5. Utilizar las herramientas en internet
6. Renegociar los contratos con proveedores
7. Implementar y aumentar el uso de herramientas de gestión de gastos
8. Utilizar el transporte ferroviario como alternativa a los viajes aéreos
9. Incrementar el uso de audio, vídeo, conferencias online y audiovisuales

La seguridad de los viajeros sigue siendo una de las principales preocupaciones para las empresas encuestadas, ya que el 64% lo considera una prioridad para 2014, por detrás del control de costes. La mayoría de los encuestados han puesto en marcha medidas para localizar (65%) y contactar en todo momento (81%) a sus empleados. Sin embargo, educarlos sobre el tema de la seguridad, aparentemente, no está entre las principales preocupaciones – con sólo 23% de las empresas ofreciendo formación sobre este tema.

Centrarse en obtener la mejor oferta

Una de las formas para mantener los bajo costos en un momento en que los presupuestos de viajes de negocio siguen estable es conseguir la mejor oferta. Las compañías intentan conseguir esto a través de reservas en aerolíneas de bajo coste (actualmente representan el 26% del gasto total de billetes de avión de las empresas encuestadas). También se consigue reservando billetes en clase turista.

En el reparto del gasto de partidas presupuestarias por categorías, el gasto aéreo representa el 37% del gasto total de los presupuestos de viaje en comparación con el 40% en 2012 y el 53% en 2011, mientras que la categoría *hotel* sigue aumentando en importancia en el presupuesto total de los viajes de negocios.

Presupuesto por categoría en los Viajes de Negocio	2011	2012	2013
Aéreo	53.0%	40.3%	37.0%
Hotel	19.5%	22.7%	23.6%
Alquiler de coches	6.3%	9.1%	6.8%
Tren	10.0%	16.4%	15.7%
Comidas, alimentos y bebidas	4.9%	7.1%	7.7%
Otros	6.3%	4.5%	9.4%

“En un contexto donde las aerolíneas de bajo coste siguen presionando por la bajada de precios - especialmente los vuelos de corta distancia - se observa que otras categorías están cobrando impulso. En particular, las empresas están dándole más importancia al gasto de hoteles y están buscando formas para maximizar el retorno de su inversión en esta categoría. De hecho, la mayoría de los encuestados afirmaron que las directrices relacionadas con el gasto en hoteles se incluye en las políticas de viajes de las empresas.”

Prioridades para 2014

El control de costes seguirá jugando un papel fundamental el año que viene, ya que se prevé que el 72% de los presupuestos permanezcan estables el año que viene. Asimismo, el 18% de los encuestados anticipan que los presupuestos se incrementen en un 0.8%. Entre los encuestados que esperan un aumento en el presupuesto de viajes, el 24% opinan que el presupuesto se asignará al desarrollo de negocios en su mismo país – en comparación con 31% en 2013.

En lo referente a los motivos para viajar, las empresas encuestadas asisten cada vez más a conferencias y congresos, (refrendadas por el 63% comparado con el 54% en 2012). Igualmente, el 57% de los encuestados, comparado al 63% del año pasado también consideran que se viaja para desarrollar nuevos negocios.

Los encuestados identificaron las siguientes cinco prioridades para el año que viene:

- Control de costes/ medidas para el ahorro de costes (de acuerdo con el 87% de los encuestados en comparación con 80% en 2013)
- Mejorar la seguridad de los viajeros (64% frente al 45% en 2013)



GLOBAL BUSINESS TRAVEL

- Adquirir una visión completa de los gastos de viaje (56% frente al 41% en 2013)
- Aumentar la satisfacción de los viajeros/ comodidad (55% frente al 30% en 2013)
- Implementar la política de viajes (50% frente al 38% en 2013)

Sobre el Barómetro EVP American Express Business Travel

Se ha elaborado el Barómetro EVP American Express Business Travel por la empresa "Concomitance" a través de una encuesta telefónica a personas responsables de los presupuestos de viajes de menos 250K hasta 3 millones de euros. El perfil de los encuestados incluían a Directores Financieros, Gerentes de Ventas de 583 empresas en 11 países europeos. La encuesta se realizó entre el 15 de septiembre y el 15 de octubre del 2013.

Sobre American Express Global Business Travel

Situado en la intersección del comercio y los viajes, American Express Global Business Travel ofrece a sus clientes una amplia red, un servicio fiable, y un profundo conocimiento para ayudar a sus clientes y sus negocios crecer. American Express Global Business Travel ofrece soluciones líderes en viajes, servicios integrados de consultoría, investigación propia, y la organización completa de reuniones y eventos. Estos servicios innovadores permiten a los clientes optimizar la rentabilidad y la inversión de sus viajes y reuniones. Para más información consultar a www.americanexpress.com/businesstravel.

American Express Global Business Travel es parte de una de las mayores redes de agencias de viajes del mundo con oficinas en 138 países del mundo.

Sobre American Express

American Express es una compañía global de servicios que proporciona a sus clientes acceso a productos, ideas y experiencias enriquecedoras que ayudan a construir negocios de éxito. Para más información sobre la compañía entre en la página web americanexpress.com y síganos en facebook.com/americanexpress, foursquare.com/americanexpress, linkedin.com/company/american-express, twitter.com/americanexpress, y youtube.com/americanexpress.

Enlaces clave a los productos y servicios: [tarjetas de créditos](#), [tarjetas de crédito de negocio](#), [servicios de viajes](#), [tarjetas de regalo](#), [tarjetas de prepago](#), [servicios comerciales](#), [viajes de negocio](#), y [tarjetas corporativas](#).

Para más información contactar con American Express:

Tarané Tabhaz: tarane.b.tahbaz@aexp.com

Para más información contactar con Tinkle:

Olivia Tempest: otempest@tinkle.es Tlf. 607 88 55 69

Patricia Correas: pcorreas@tinkle.es Tlf. 627 98 35 90