



OBSERVATORIO SECTORIAL DEL BT MERCADO ESPAÑOL 2011 y 1T 2012

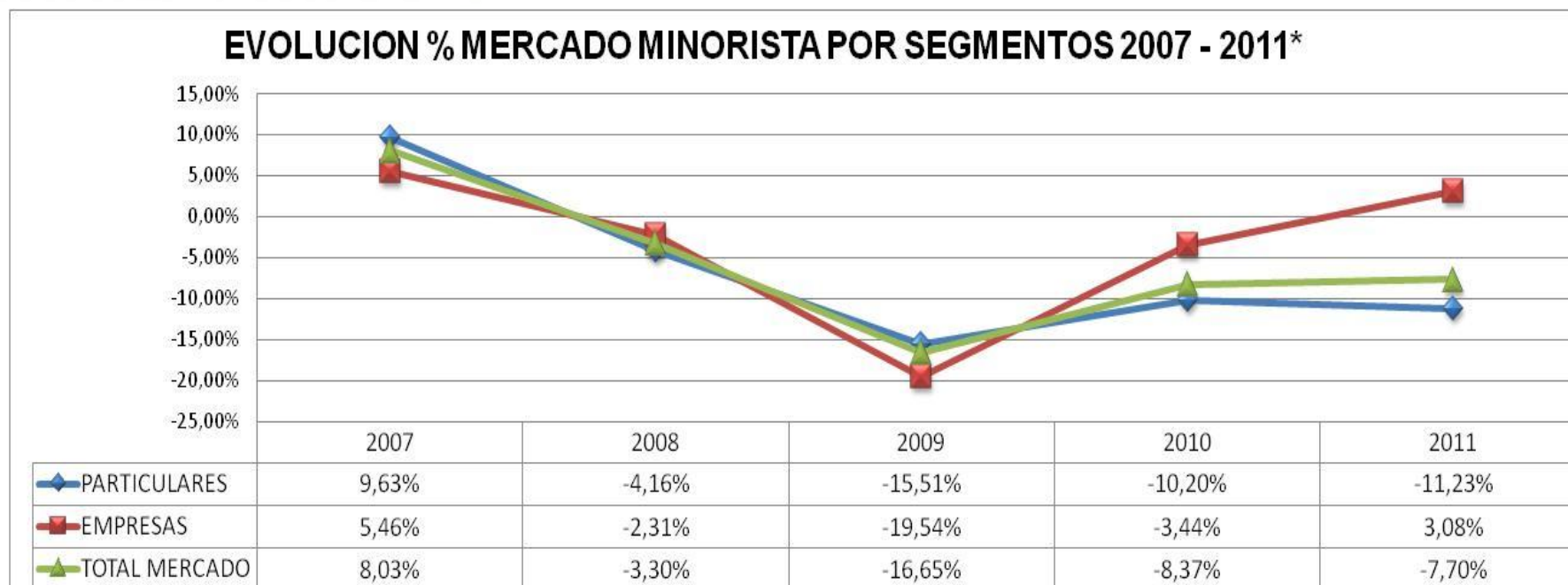
GEBTA



CIERRE 2011

El business travel, verdadera palanca de crecimiento de las empresas, resiste mejor el contexto económico y gana peso relativo respecto de los viajes vacacionales.

[EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE VIAJES 2007 / 2011]



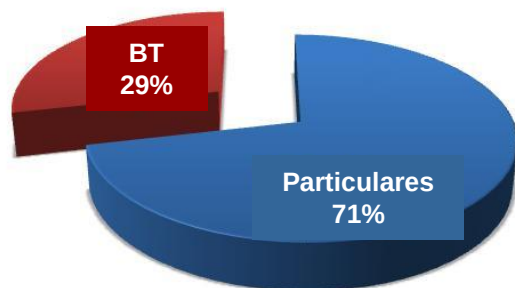
Fuente: GEBTA

El Business Travel cierra el ejercicio con un resultado positivo del 3% en relación con el ejercicio anterior. GEBTA presenta mejores resultados tanto en el segmento vacacional como de los viajes de empresa (crecimiento en su conjunto del 2% y del 5% en el viaje corporativo).

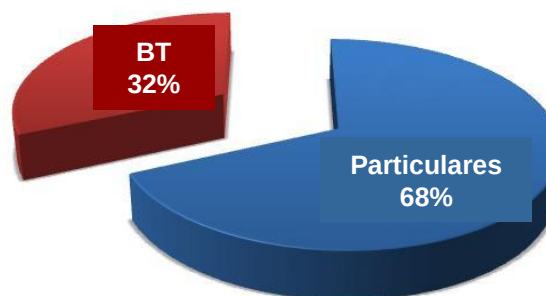
El mercado español se contrae un 7,7%. La caída de las ventas debe imputarse a los malos resultados del segmento vacacional (debilidad de la demanda de los hogares y contexto económico).

[COMPOSICIÓN DEL MERCADO Y PROCESO DE CONCENTRACIÓN EN BT]

MERCADO MINORISTA POR SEGMENTOS
AÑO 2010



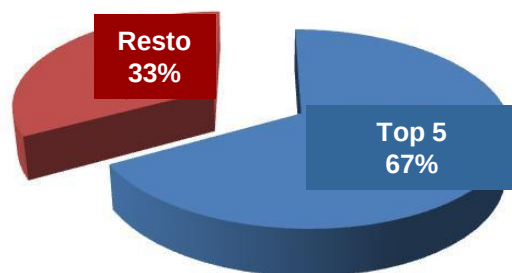
MERCADO MINORISTA POR SEGMENTOS AÑO 2011



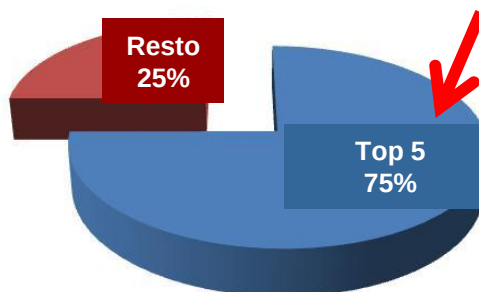
En 2011 los viajes de negocio suponen ya más del 32% del total de la facturación de las agencias españolas (27% en 2009).

El crecimiento de las grandes marcas y de las agencias especializadas es superior a la media del mercado.

Top 5 BT 2010



Top 5 BT 2011



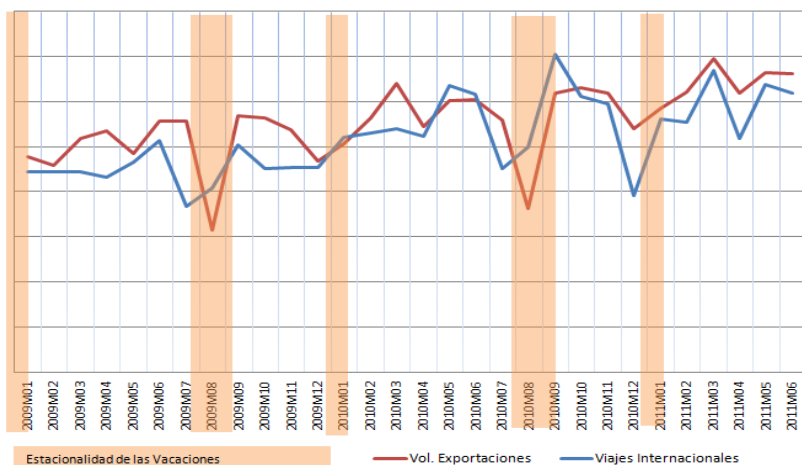
GEBTA pasa de 37% en 2011 al 50 % en enero 2012, con la incorporación de Viajes Iberia/BCD.

Fuente: GEBTA

[EVOLUCIÓN VIAJES BT INTERNACIONALES ORIGEN ESPAÑA VS DESTINO VOLUMEN EXPORTACIÓN]

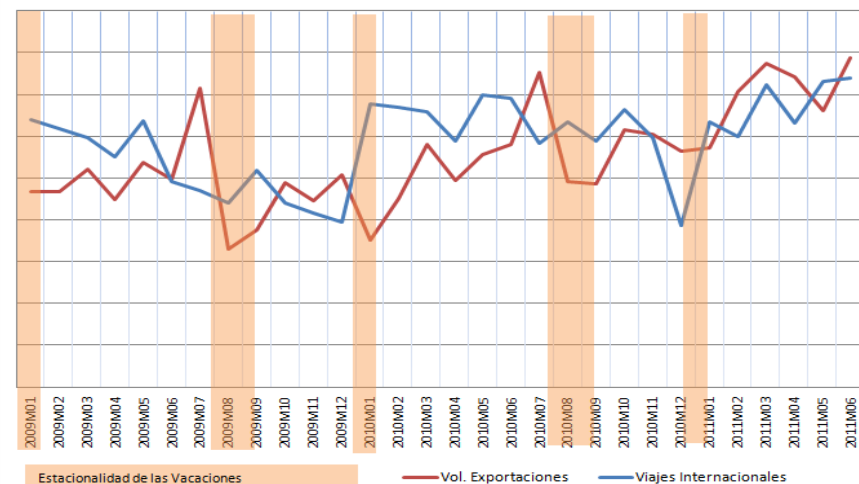
"Area Geografica": Francia

GEBTA
GUILD OF EUROPEAN
BUSINESS TRAVEL AGENTS



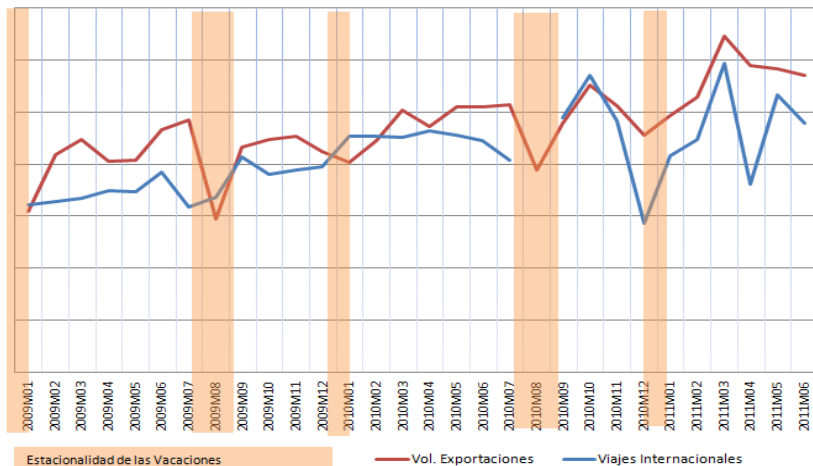
"Area Geografica": EEUU

GEBTA
GUILD OF EUROPEAN
BUSINESS TRAVEL AGENTS



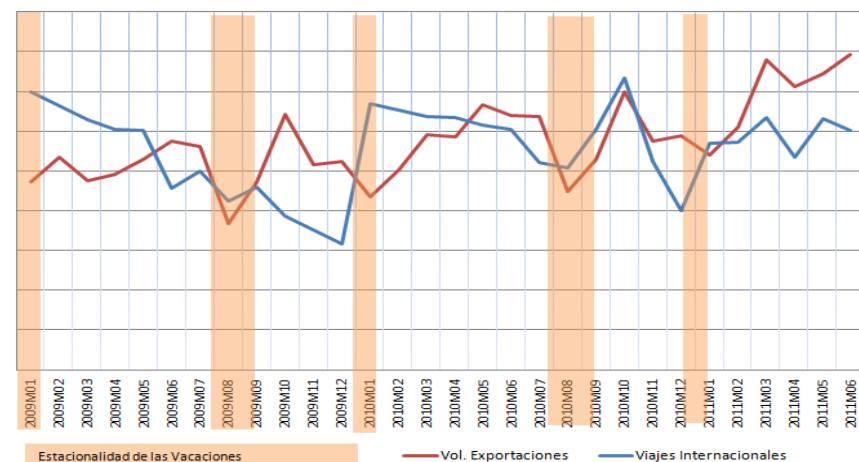
"Area Geografica": Reino Unido

GEBTA
GUILD OF EUROPEAN
BUSINESS TRAVEL AGENTS

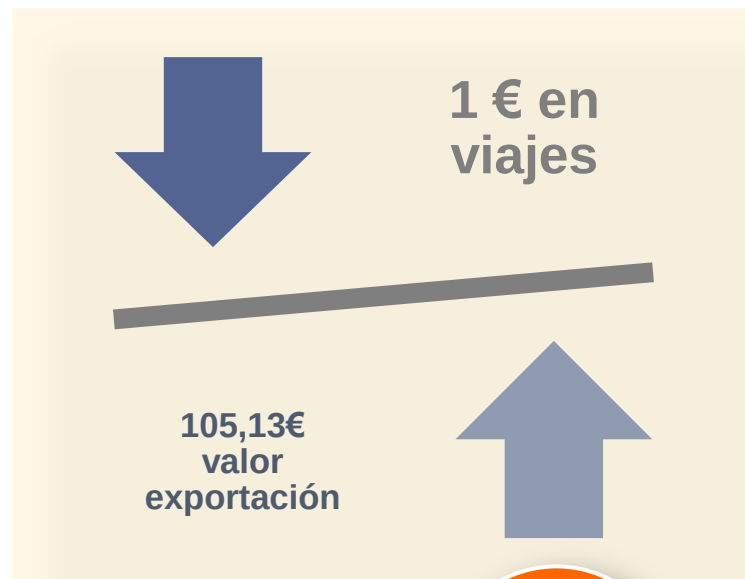


"Area Geografica": Marruecos

GEBTA
GUILD OF EUROPEAN
BUSINESS TRAVEL AGENTS



[IMPACTO DEL BT EN LA ECONOMÍA]



Fuente: GEBTA



Fuentes: AFI/ICEX/GEBTA

El ROI de los viajes de empresa al exterior se sitúa en 10:1 en 2011 (10 € por cada euro invertido en viajes de negocio).

La correlación por cada euro invertido en viajes y el importe de la facturación es de 105 €, con un ligero descenso en la proporción registrada en 2009, debido al incremento medio de los servicios y fundamentalmente del aéreo (vinculado con el aumento de los viajes a mercados emergentes y de largo radio, de las empresas españolas).

2012 T1 + TENDENCIAS

Las empresas siguen aferrándose a los viajes como palanca de las exportaciones. El año ha empezado con dinamismo para el BT: las operaciones fuera de España continúan creciendo respecto del mismo período del ejercicio anterior. Se mantiene la presión de las corporaciones por ajustar al máximo los precios y costes de los viajes, en particular en el corto y medio radio.

[EVOLUCIÓN TRANSPORTE T1]

Ventas y billeteaje aéreo España BT (enero marzo)

Total V2012	-14,11%
Total TKT2012	-17,32%
Total ATP2012	3,89%

Ventas y billeteaje aéreo BT Europa (enero marzo)

Ventas 2012	2,84%
Total TKT 2012	-0,40%
Total ATP 2012	3,26%

Ventas y billeteaje aéreo BT resto de mercados sin Europa (enero marzo)

Ventas 2012	12,5%
Total TKT 2012	15,19%
Total ATP 2012	-2,33%

[AMENAZAS EMPRESAS 2012: INCREMENTO DE TASAS Y CARGOS POR PAGO CON TARJETAS]

GEBTA alerta: Nuevos recargos y tasas impactarán en los presupuestos de las empresas y en la capacidad de viajar de las corporaciones

Más de 48 M de euros de coste adicional

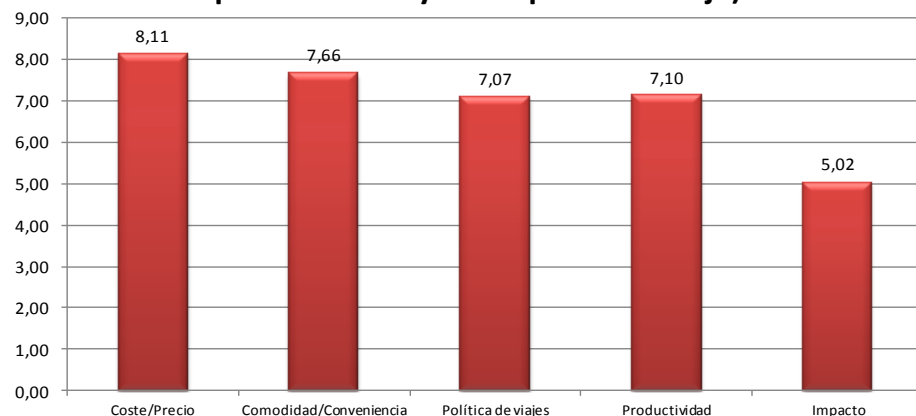
debido al incremento previsto de las tasas aeroportuarias y el recargo por pago con tarjeta.

1,5% del gasto total en viajes de
negocio en España (mercado total
3.240 M €)

[MERCADO ESPAÑOL v. EUROPA]

¿Qué importancia asigna a los siguientes criterios cuando viaja por negocio? (5 corresponde a importancia alta y 1 a importancia baja)

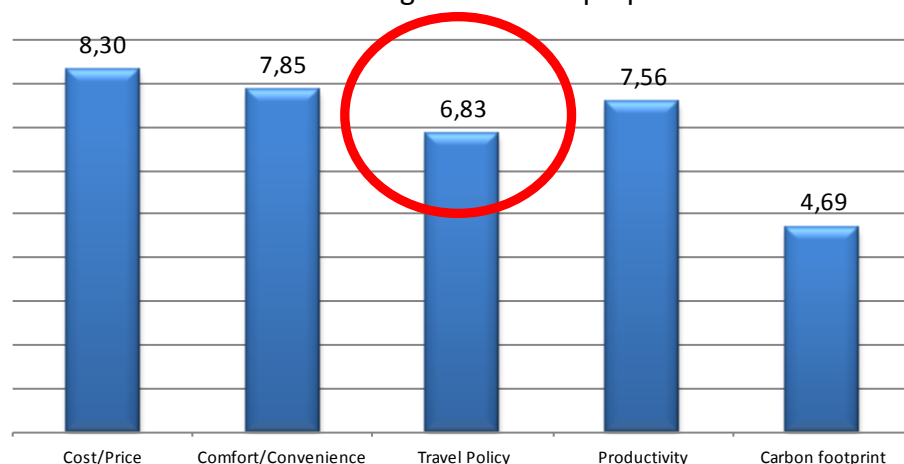
Europa



Menor seguimiento de políticas de viaje entre los viajeros de con residencia en España.

How important do you consider the following criteria when travelling for business purposes?

España

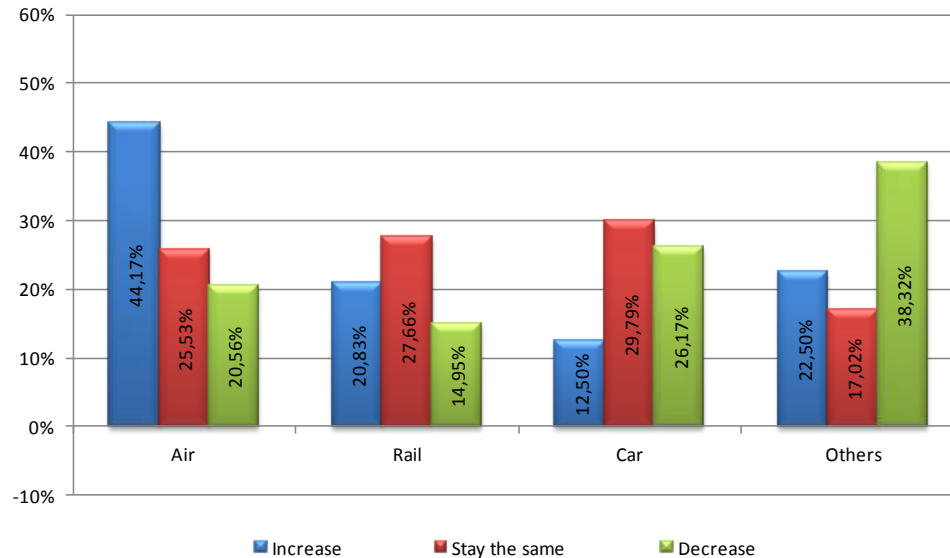


Mayor práctica a reservar en función del criterio de la comodidad/conveniencia) y *free booking*, con la consiguiente pérdida de control por parte de las corporaciones y posibilidad de optimizar el gasto.

[MERCADO ESPAÑOL V. EUROPA]

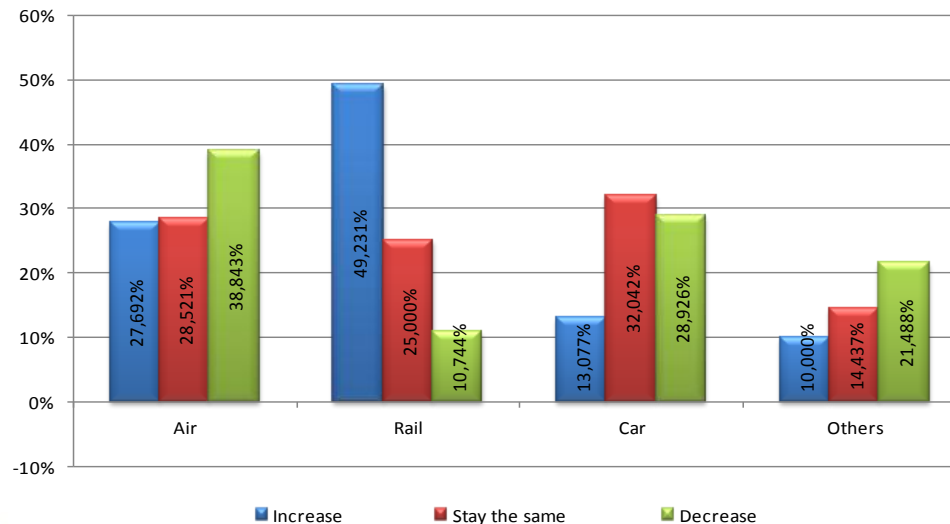
Europa

How will your travel patterns change in the short term?
European Survey



España

Spain Survey

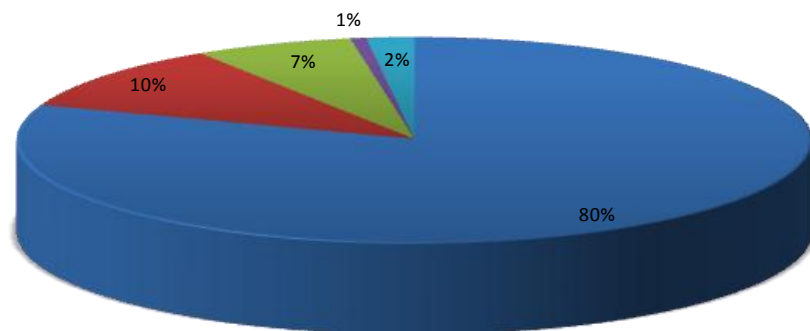


Los viajeros de negocio españoles se mueven más en el entorno doméstico. Existe por lo general una menor propensión a los viajes de negocio fuera de su propio mercado, en comparación con la media del resto de países analizados, tendencia que parece mantenerse de cara al corto plazo.

[MERCADO ESPAÑOL V. EUROPA]

España

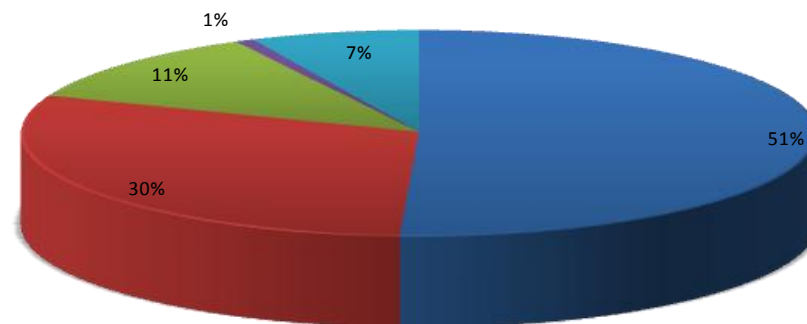
¿Considera importante poder ser repatriado o reembolsado, en los supuestos de quiebra y cese de operaciones de compañías aéreas?



■ Muy importante ■ Bastante importante ■ Poco importante ■ Nada importante ■ Sin opinión

Europa

¿Considera importante poder ser repatriado o reembolsado, en los supuestos de quiebra y cese de operaciones de compañías aéreas?



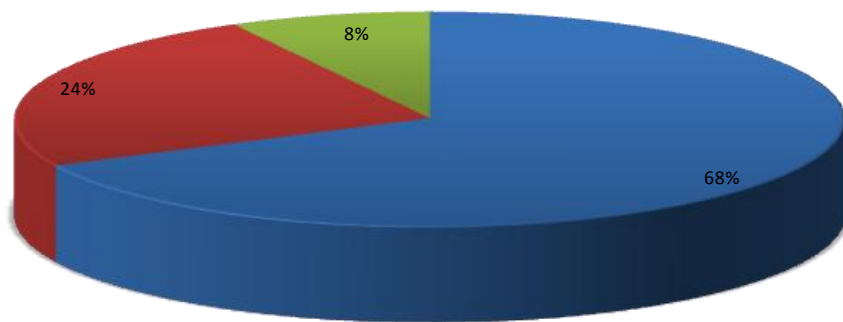
■ Muy importante ■ Bastante importante ■ Poco importante ■ Nada importante ■ Sin opinión

La diferente valoración parece ser tanto el síntoma de la menor autonomía de los viajeros españoles, como un reflejo de una mayor propensión a la reserva al margen de agencias especializadas (*unmanaged travel*), menor adopción de políticas de viajes o del uso de servicios (24H) y medios de pago no corporativos (con sus correspondientes seguros). En este apartado, el elevado volumen de pymes existente, que operan al margen del *managed travel*, y la mayor implantación del *duty of care* de la empresa, en el resto de Europa, pueden explicar las diferencias que presentan las dos muestras analizadas.

[MERCADO ESPAÑOL V. EUROPA]

España

¿Cree que merecería la pena pagar 1€ por billete para garantizar la repatriación o el reembolso en los casos de quiebra y cese de operaciones de las compañías aéreas?



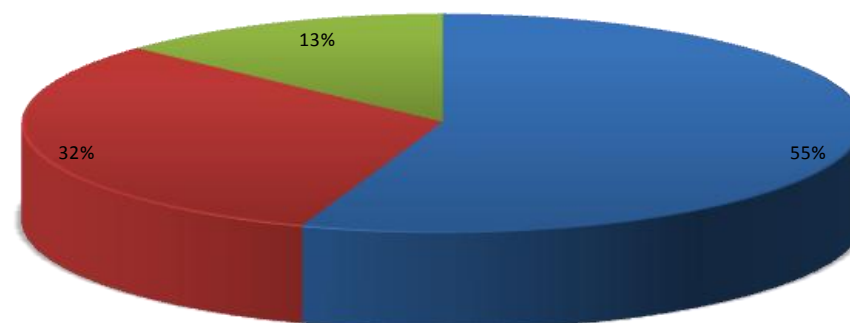
■ Si

■ No

■ Sin opinión

Europa

¿Cree que merecería la pena pagar 1€ por billete para garantizar la repatriación o el reembolso en los casos de quiebra y cese de operaciones de las compañías aéreas?



■ Si

■ No

■ Sin opinión

El mayor nivel de uso de políticas de viaje y la protección/asistencia parecen ser los factores que expliquen el menor interés de los no residentes en España respecto de posibles coberturas para la repatriación o reembolso en los casos objeto de estudio. El dato de los residentes fuera de España viene a coincidir prácticamente con la cifra que da el estudio de Airplus, respecto de los viajeros de negocio europeos que disponen de cobertura/seguro de asistencia en viajes (35%), que si bien no se refiere explícitamente a los supuestos de quiebra y cese de operaciones, pueden ser percibidos como alternativas que ofrecen las empresas ante casos similares.

[CONCLUSIONES Y TENDENCIAS]

Se mantendrá la tendencia a la concentración del mercado y al control de los costes por parte de las corporaciones.

Los viajes de negocio en España mantienen al inicio del 2012 la tendencia marcada ya en 2011 con un aumento del 2 al 3%:

- crecimiento elevado en mercados emergentes
- crecimiento moderado en Europa y
- caída en el doméstico

La política del Gobierno y la de las compañías aéreas pueden afectar gravemente los viajes de empresa y con ello las exportaciones, palanca de crecimiento junto con el turismo receptivo, de la economía. El impacto estimado de sobrecoste es de más de 48 M de euros.