

VIAJES DE EMPRESA 2013

BENCHMARKING DEL MERCADO ESPAÑOL

DINERS CLUB SPAIN

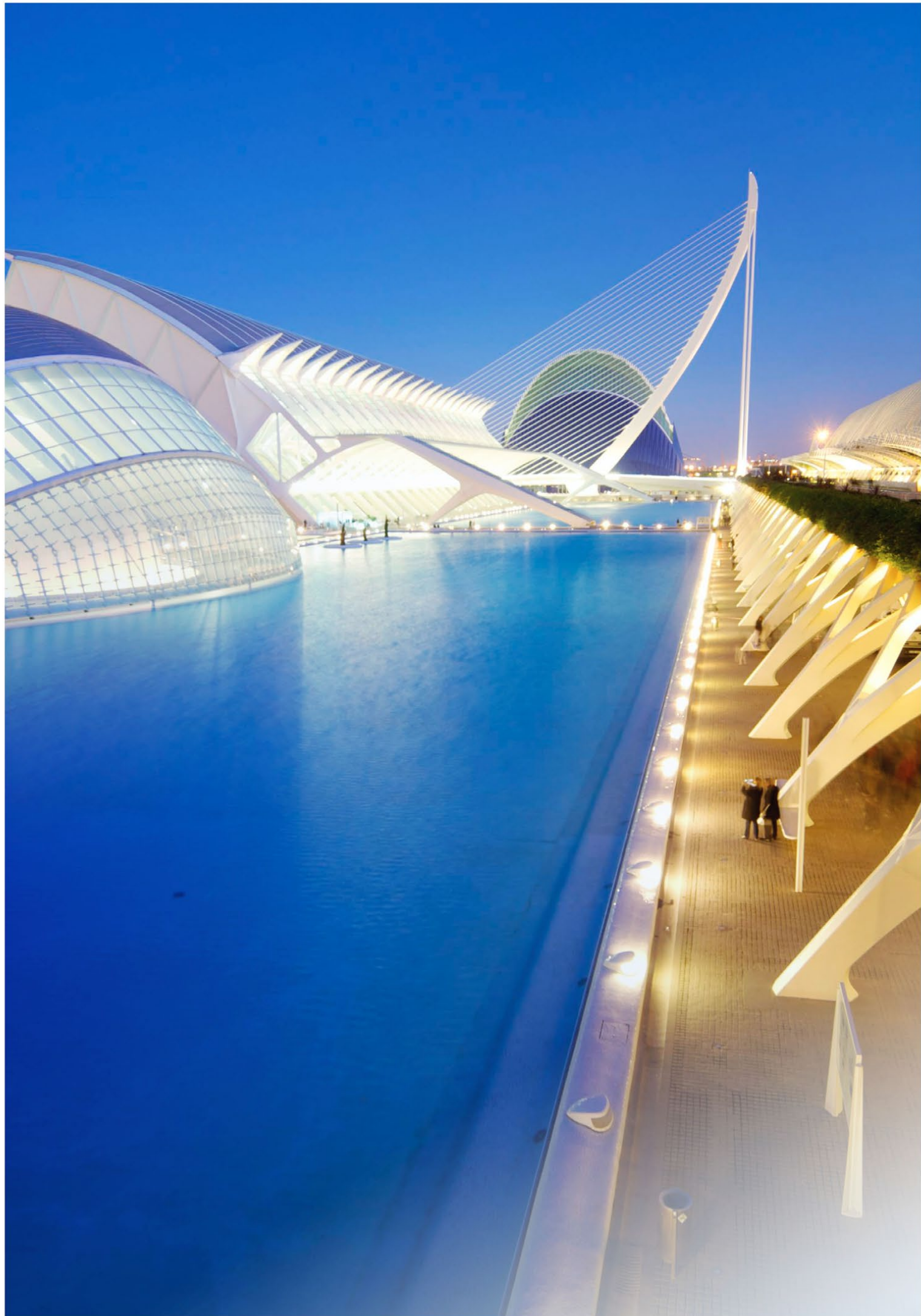




Índice

Pulse sobre el título para dirigirse a la sección que le interese

1. Introducción	5
2. Distribución del gasto anual por meses	6
3. Gastos por tipo de servicio	7
4. Avión	8
4.1 Top 10 aerolíneas más utilizadas	9
4.2 Top 10 aerolíneas con mayor facturación	10
4.3 Top 10 mayores precios promedios por aerolínea	11
4.4 Precio promedio viaje sencillo de ida/vuelta	12
4.5 Destinos aéreos más frecuentes a nivel mundial	14
4.6 Top 10 destinos aéreos más frecuentes dentro de España	15
4.7 Top 10 destinos fuera de España	16
4.8 Vuelos domésticos vs. internacionales	17
4.9 Vuelos por regiones	18
4.10 Top 10 trayectos aéreos	20
4.11 Top 10 origen – destino	21
5. Tren	22
5.1 Ciudades Renfe	23
6. Hotel	24
6.1 Noches de hotel	25
6.2 Ciudades de hotel	26
7. Agencias de viajes	28
7.1 Pagos con service fee	29
7.2 Número de agencias por empresa	29
8. Conclusiones	30



1

INTRODUCCIÓN

El año pasado Diners Club Spain lanzó su primer Benchmarking de los comportamientos de gasto de los clientes de la Cuenta de Viaje. Este año Diners Club ofrece de nuevo un estudio de gastos, incorporando algunos cambios con respecto al documento anterior.

Si el año pasado se mostraban los datos del año 2012, este año se hace una comparativa del comportamiento de gasto entre los años 2013 y 2012, con el fin de exponer la evolución de los gastos. También se han incorporado conceptos de gasto nuevos que en la versión anterior no estaban contemplados.

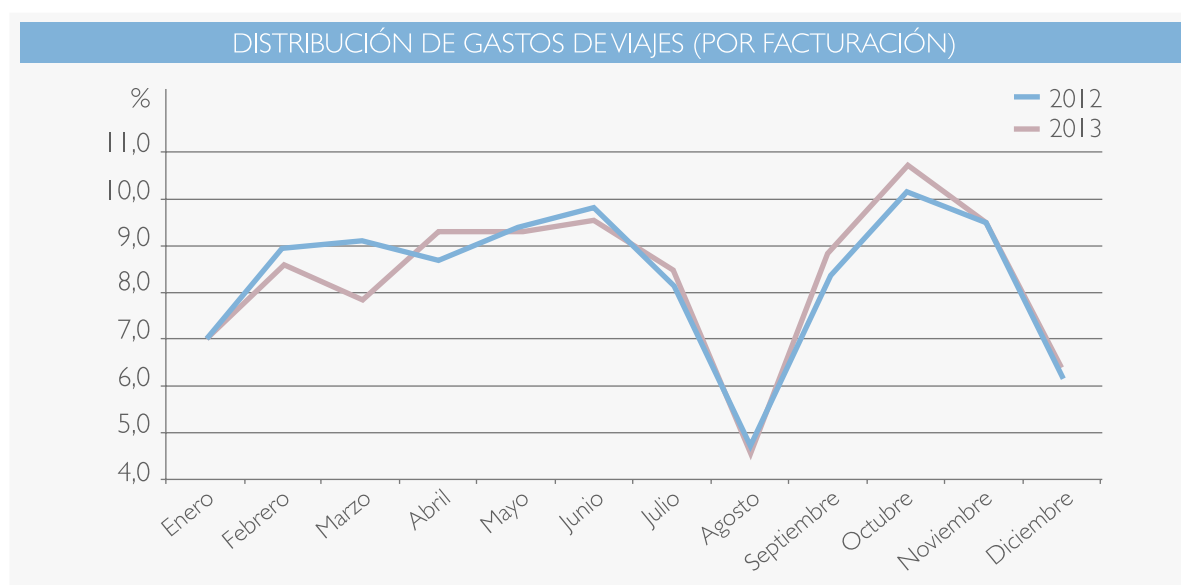
El estudio comenzará ofreciendo una visión general de los gastos de viaje para luego ir analizando cada uno de los servicios y de los criterios relevantes en el sector de los viajes de empresa. Se hace hincapié especial en los gastos aéreos, que representan la gran mayoría de los pagos efectuados a través de la Cuenta de Viaje.

Es necesario recalcar que la información reflejada en este Benchmarking se sustenta en los gastos de los clientes corporativos de Diners Club que utilizan una Cuenta de Viaje. Por lo tanto, los diferentes comportamientos de gasto pueden variar según varíe la cartera de clientes de Diners Club. Sin embargo, al contar con más del 50% de cuota de mercado en este tipo de medio de pago, este estudio es un reflejo muy representativo del comportamiento de gasto de viajes de las empresas españolas.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO ANUAL POR MESES

Este informe ha sido generado en base al volumen de facturación mensual con la Cuenta de Viaje Diners Club

En el 2013, como ya ocurrió en el 2012, la distribución del gasto presenta un **fuerte componente de estacionalidad** que no sorprende, puesto que se trata de viajes corporativos. Por lo tanto, los valles más acusados muestran un drástico descenso de la actividad en periodos vacacionales, esto es, en los meses de verano (julio y agosto), Navidades (diciembre), e incluso se puede apreciar el efecto Semana Santa en el mes que le corresponde cada año (marzo o abril).

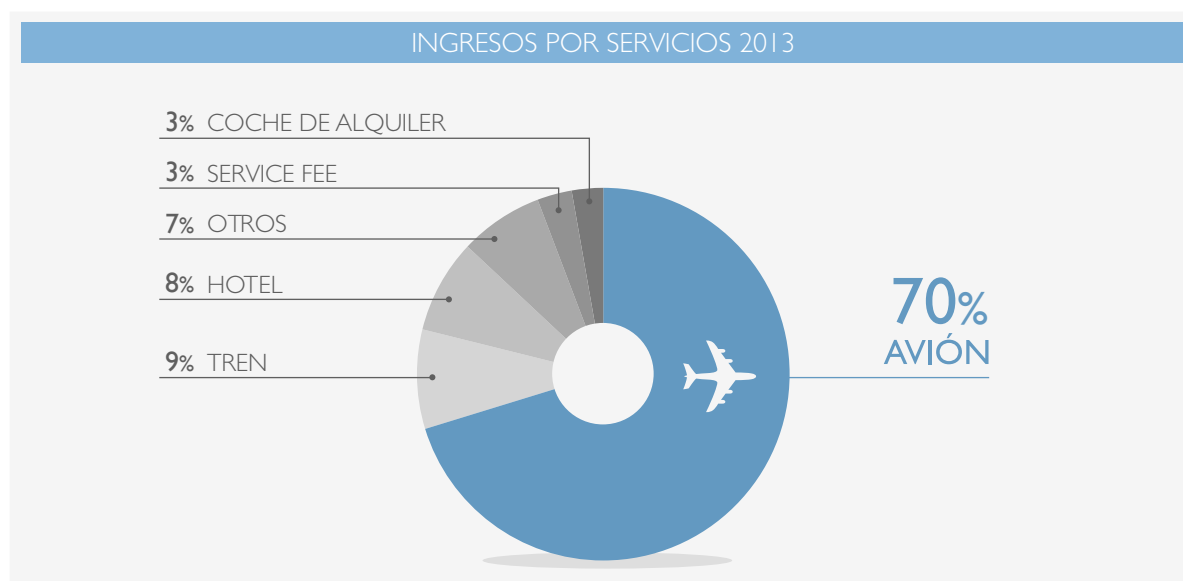


GASTOS POR TIPO DE SERVICIO

Este informe ha sido generado en base al volumen de facturación anual con la Cuenta de Viaje Diners Club

El principal gasto de los clientes Diners Club continúa siendo el **transporte aéreo** con un 70% del total, seguido muy de lejos por el transporte ferroviario. Son gastos que típicamente se efectúan antes de iniciar el viaje y, por lo tanto, se centralizan a través de la agencia de viajes.

La partida “Otros”, con un peso del 7%, implica partidas no claramente diferenciadas por la agencia de viajes de forma que en ocasiones puede comprender operaciones de otras de partidas como autobuses, barco, visados e incluso vuelos low cost.



4

AVIÓN



4.1

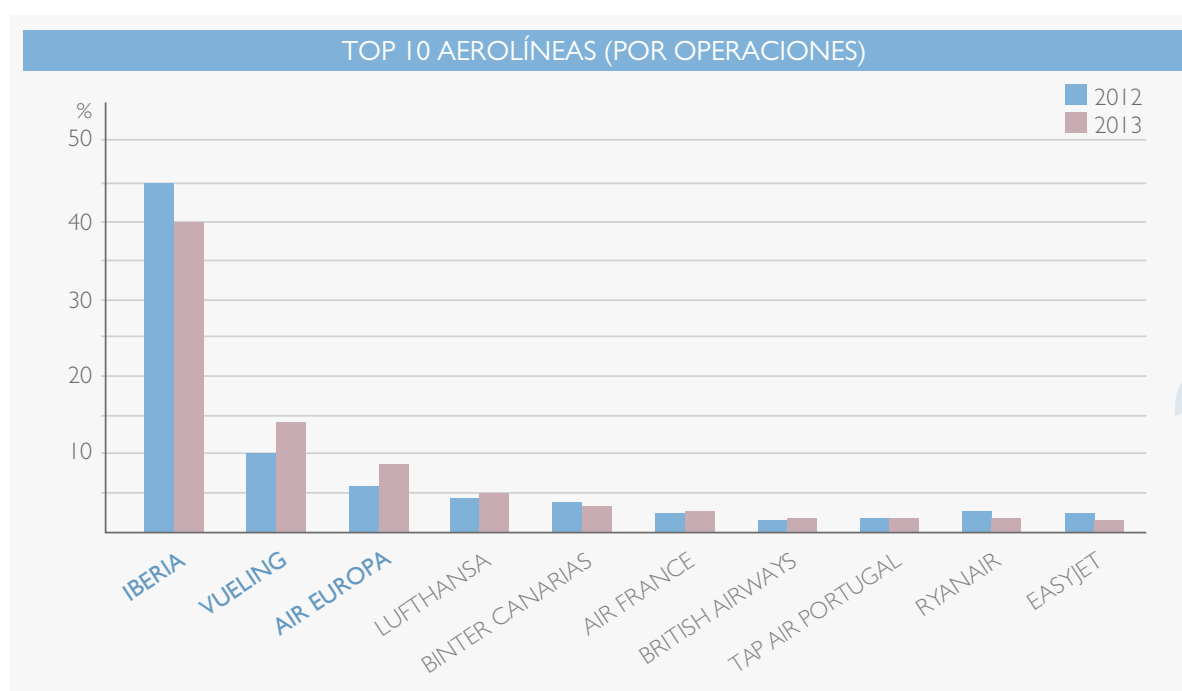
TOP 10
AEROLÍNEAS MÁS UTILIZADAS

Este informe se ha generado en base al número de operaciones.

Iberia repite liderazgo como la aerolínea más utilizada, a pesar de un descenso considerable en el acaparamiento del mercado de 5,6 puntos porcentuales. El cierre a principios de 2013 de varias rutas aéreas de largo recorrido probablemente ha favorecido el crecimiento de Air Europa.

Por otra parte, Vueling parece haberse consolidado como alternativa para los vuelos europeos. Cabe destacar también la presencia de Ryanair y de Easyjet como la novena y décima aerolínea más utilizada en cuanto a número de vuelos pagados a través de la Cuenta de Viaje.

Rango	Aerolínea	2012	2013	Variación
1	IBERIA	45,2%	39,7%	-5,6 p.p.
2	VUELING	10,4%	14,2%	3,8 p.p.
3	AIR EUROPA	6,1%	8,7%	2,6 p.p.
4	LUFTHANSA	4,6%	5,2%	0,6 p.p.
5	BINTER CANARIAS	3,9%	3,4%	-0,5 p.p.
6	AIR FRANCE	2,5%	2,6%	0,1 p.p.
7	BRITISH AIRWAYS	1,6%	1,8%	0,3 p.p.
8	TAP AIR PORTUGAL	1,7%	1,8%	0,1 p.p.
9	RYANAIR	2,6%	1,8%	-0,8 p.p.
10	EASYJET	2,4%	1,6%	-0,8 p.p.



4.2

TOP 10
AEROLÍNEAS CON MAYOR FACTURACIÓN

Este informe se ha generado en base al volumen de facturación.

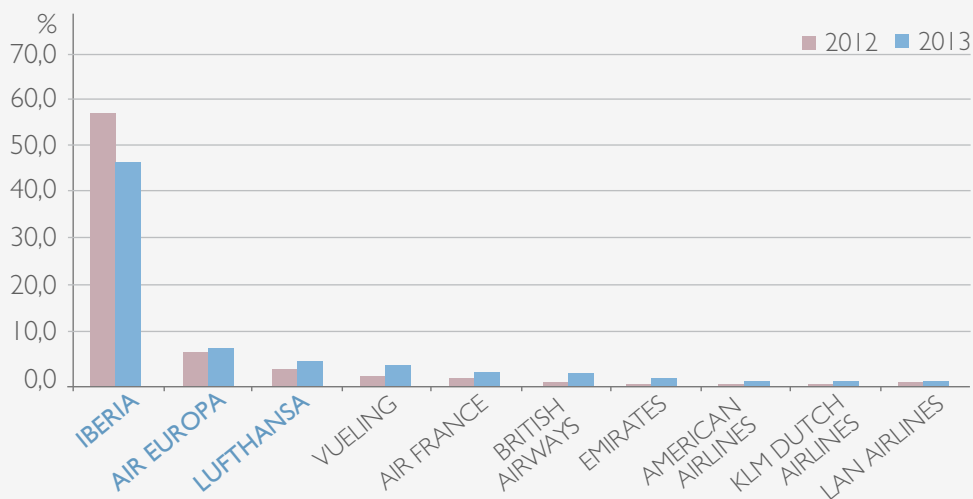
Rango	Aerolínea	2012	2013	Variación
1	IBERIA	58,7%	47,8%	-10,8 p.p.
2	AIR EUROPA	7,5%	8,5%	0,9 p.p.
3	LUFTHANSA	3,8%	5,6%	1,9 p.p.
4	VUELING	2,5%	4,7%	2,3 p.p.
5	AIR FRANCE	2,2%	3,3%	1,1 p.p.
6	BRITISH AIRWAYS	1,6%	3,0%	1,4 p.p.
7	EMIRATES	0,9%	2,1%	1,3 p.p.
8	AMERICAN AIRLINES	0,8%	1,5%	0,7 p.p.
9	KLM ROYAL DUTCH AIRLINES	0,7%	1,5%	0,7 p.p.
10	LAN AIRLINES	1,2%	1,4%	0,1 p.p.

De nuevo, **Iberia decrece muy acusadamente en volumen de facturación**, incluso más de lo que ya descendiera su número de operaciones. Una de las causas podría ser la bajada en el precio promedio de sus billetes de vuelo con un mayor protagonismo de Iberia Express.

En este mercado del viaje corporativo, Iberia acapara prácticamente la mitad del mercado en el 2013, por lo que los porcentajes del resto de aerolíneas, son poco significativos en comparación.

A pesar de todo, en los puestos subsiguientes al primero (ocupado por Iberia), se observan variaciones en función de la clasificación por número de operaciones, o bien por clasificación en cuanto a facturación.

FACTURACIÓN POR AEROLÍNEA

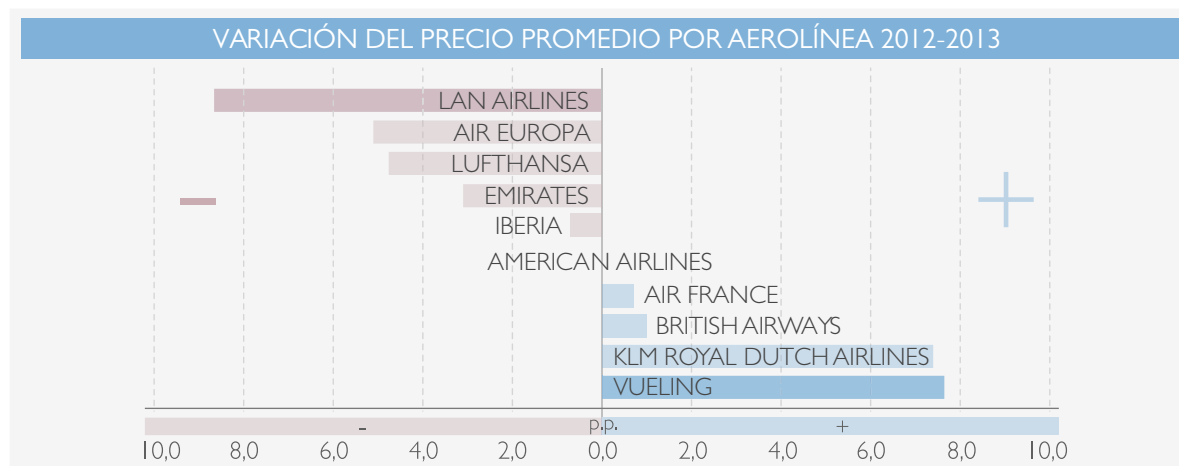


4.3

TOP 10 MAYORES PRECIOS
PROMEDIOS POR AEROLÍNEA

Este informe se ha generado en base a las diez aerolíneas con mayor número de operaciones.

Aerolínea	2012 Billete €	2013 Billete €	Diferencia	Variación
AMERICAN AIRLINES	1.352,5	1.353,1	0,58	0,0 p.p.
EMIRATES	1.271,1	1.233,8	-37,28	-2,9 p.p.
LAN AIRLINES	1.213,2	1.110,2	-102,96	-8,5 p.p.
BRITISH AIRWAYS	881,4	889,4	8,07	0,9 p.p.
KLM ROYAL DUTCH AIRLINES	653,5	702,2	48,69	7,5 p.p.
AIR FRANCE	624,4	628,2	3,83	0,6 p.p.
LUFTHANSA	571,9	545,1	-26,76	-4,7 p.p.
IBERIA	444,2	441,9	-2,29	-0,5 p.p.
AIR EUROPA	305,4	290,1	-15,32	-5,0 p.p.
VUELING	159,9	172,2	12,27	7,7 p.p.



En general, entre este top 10, **se aprecia una sutil bajada de precios total**, que ronda los 1,5 puntos porcentuales con respecto al año pasado. Este precio promedio incluye vuelos nacionales e internacionales y también incluye impuestos y tasas. Obsérvese que los billetes en este apartado no van gravados de forma homogénea, ya que, por ejemplo, los

vuelos internacionales están exentos de IVA. Además, puede haber habido una desviación de las preferencias de ruta por parte de los clientes, según la aerolínea.

Obviamente las compañías aéreas que se utilizan para rutas de largo recorrido presentan un precio promedio mayor que las aerolíneas con una mayoría de rutas nacionales.

4.4

PRECIO PROMEDIO
VIAJE SENCILLO DE IDA/VUELTA

Este informe se ha generado en base a los precios promedio más elevados por vuelo ida y vuelta sin escalas.

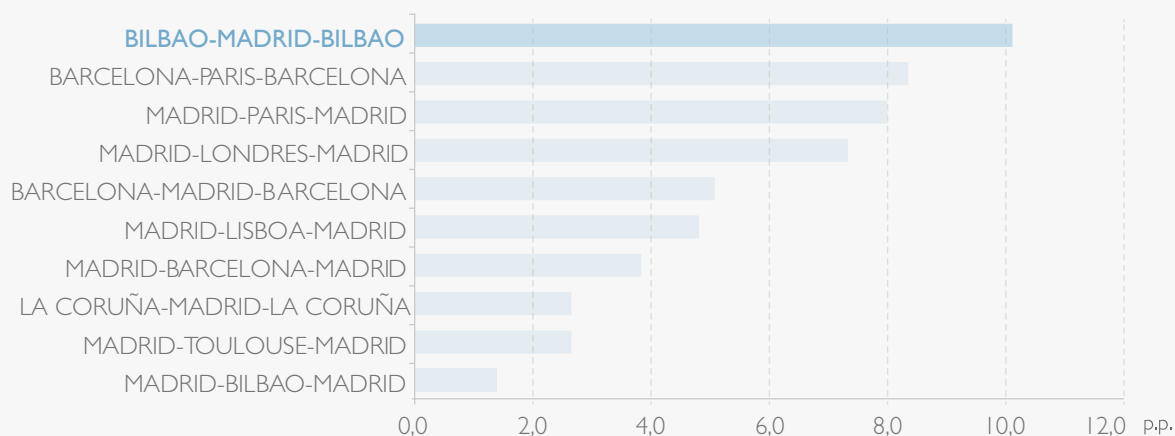
Se aprecian subidas de precio generalizadas.

Es necesario tener en cuenta, las subidas en el IVA y el IPC anual, así como las tasas aeroportuarias que también se ven incrementadas en julio del 2012.



Aerolínea	2012	2013	Diferencia	Variación
MADRID-TOULOUSE-MADRID	589,84 €	604,74 €	14,90 €	2,5 p.p.
MADRID-LONDRES-MADRID	560,52 €	601,50 €	40,98 €	7,3 p.p.
MADRID-PARIS-MADRID	347,35 €	375,21 €	27,86 €	8,0 p.p.
BILBAO-MADRID-BILBAO	261,09 €	287,42 €	26,33 €	10,1 p.p.
MADRID-BILBAO-MADRID	272,99 €	276,52 €	3,53 €	1,3 p.p.
MADRID-LISBOA-MADRID	250,72 €	262,52 €	11,80 €	4,7 p.p.
BARCELONA-PARIS-BARCELONA	236,46 €	256,07 €	19,61 €	8,3 p.p.
LA CORUÑA-MADRID-LA CORUÑA	241,33 €	247,46 €	6,13 €	2,5 p.p.
BARCELONA-MADRID-BARCELONA	226,55 €	238,01 €	11,46 €	5,1 p.p.
MADRID-BARCELONA-MADRID	214,04 €	222,24 €	8,20 €	3,8 p.p.

VARIACIÓN ANUAL TOP 10 VUELOS SENCILLOS





*Durante el 2013 se
aprecian subidas del precio
promedio generalizadas*

4.5

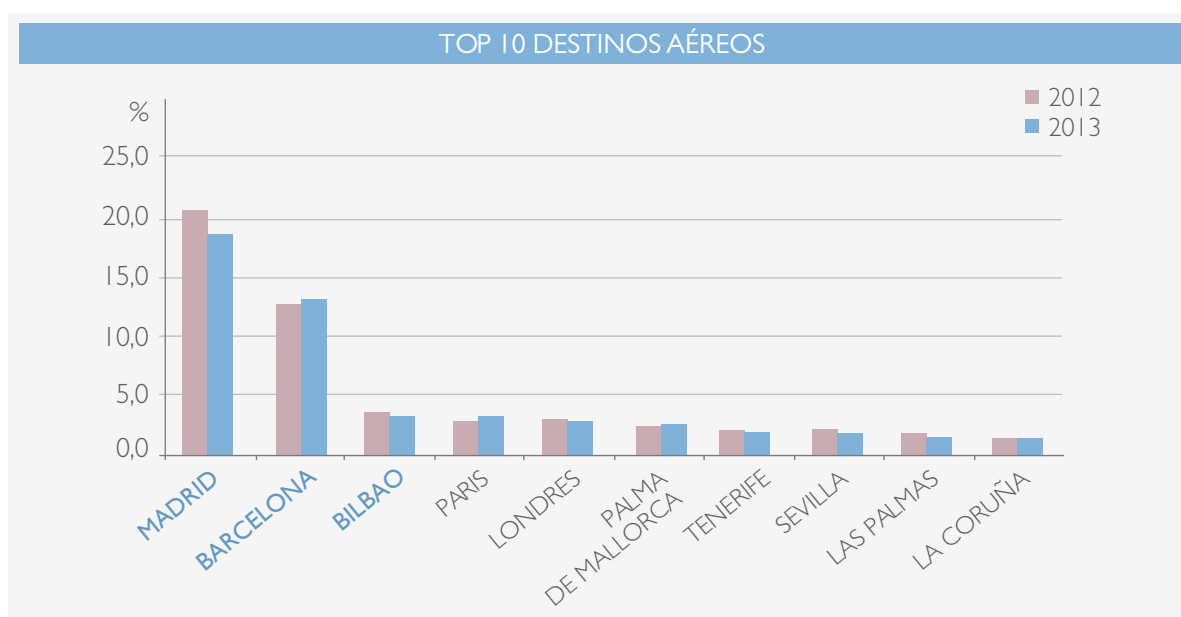
DESTINOS AÉREOS MÁS FRECUENTES
A NIVEL MUNDIAL

Este informe se ha generado en base al número de operaciones

Destino	2012	2013	Variación
MADRID	20,5%	18,8%	-1,6 p.p
BARCELONA	13,1%	13,2%	0,1 p.p
BILBAO	3,7%	3,5%	-0,2 p.p
PARIS	3,1%	3,4%	0,3 p.p
LONDRES	3,1%	3,1%	-0,1 p.p
PALMA DE MALLORCA	2,7%	2,8%	0,1 p.p
TENERIFE	2,3%	2,2%	-0,1 p.p
SEVILLA	2,5%	2,2%	-0,2 p.p
LAS PALMAS	2,3%	2,0%	-0,3 p.p
LA CORUÑA	1,8%	1,8%	0,0 p.p

Observando los datos de los destinos más frecuentes de los clientes Diners Club Spain, la relevancia de los vuelos a **Madrid y Barcelona** sigue siendo considerable. Entre las dos ciudades abarcan una cuota de mercado del 32%, lo cual corona a estas ciudades como los destinos más utilizados con una amplia diferencia con respecto al resto.

Sólo **Londres y París** aparecen como destino internacional, a mitad de la tabla, lo cual se corresponde con la presencia de Air France y British Airways en la tabla de las top 10 aerolíneas más utilizadas por número de vuelos.



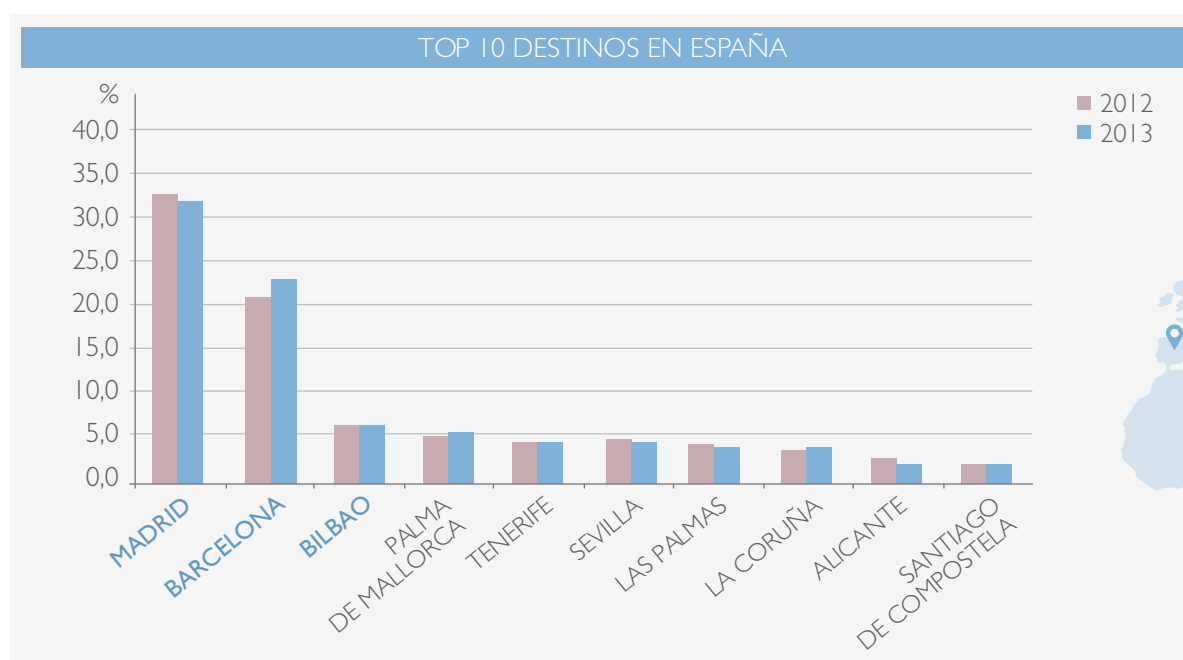
4.6

TOP 10 DESTINOS AÉREOS
MÁS FRECUENTES DENTRO DE ESPAÑA

Este informe se ha generado en base al número de operaciones.

En el conjunto de los 10 destinos españoles más frecuentados se puede apreciar una **ligera subida con respecto al 2012 en los vuelos a Barcelona, mientras Madrid desciende levemente**. Ambas ciudades acaparan más del 50% de los vuelos nacionales, seguidas a una gran distancia por los demás destinos en España.

Destino	2012	2013	Variación
MADRID	33,3%	32,7%	-0,6 p.p.
BARCELONA	21,3%	22,9%	1,6 p.p.
BILBAO	6,0%	6,0%	0,0 p.p.
PALMA DE MALLORCA	4,3%	4,9%	0,5 p.p.
TENERIFE	3,8%	3,9%	0,1 p.p.
SEVILLA	4,0%	3,8%	-0,2 p.p.
LAS PALMAS	3,7%	3,4%	-0,3 p.p.
LA CORUÑA	3,0%	3,2%	0,2 p.p.
ALICANTE	2,6%	2,0%	-0,6 p.p.
SANTIAGO DE COMPOSTELA	1,9%	1,8%	-0,1 p.p.



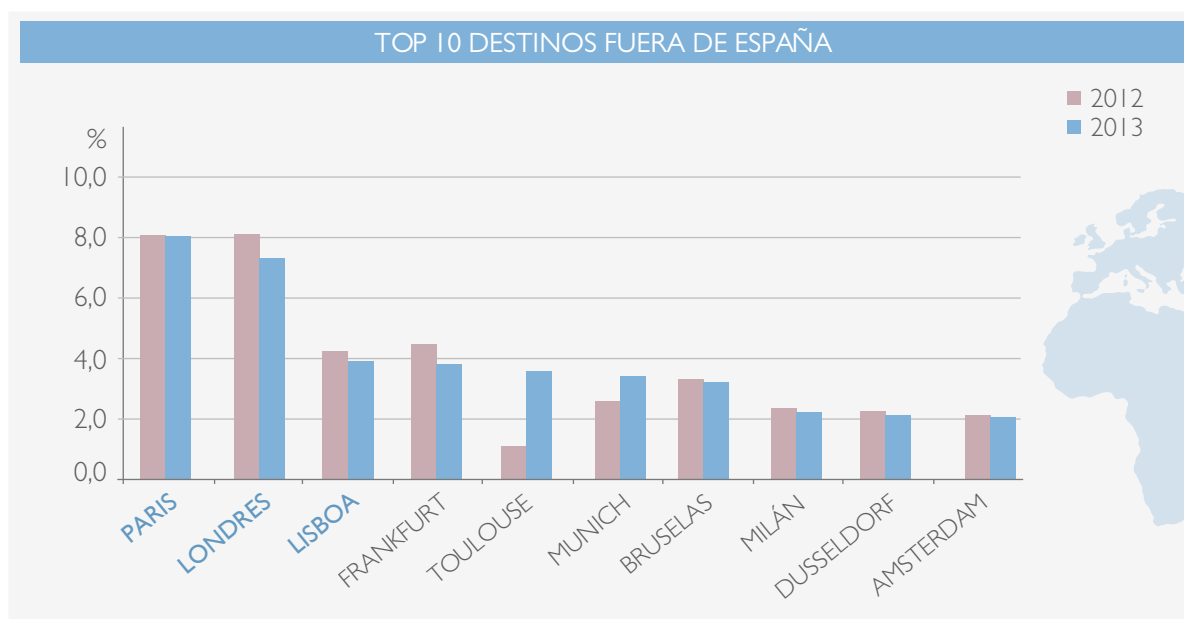
4.7

TOP 10
DESTINOS FUERA DE ESPAÑA

Este informe se ha generado en base al número de operaciones.

Rango	Destino	2012	2013	Variación
1	PARIS	8,1%	8,1%	0,0 p.p.
2	LONDRES	8,1%	7,3%	-0,9 p.p.
3	LISBOA	4,3%	3,9%	-0,4 p.p.
4	FRANKFURT	4,5%	3,8%	-0,7 p.p.
5	TOULOUSE	1,1%	3,5%	2,4 p.p.
6	MUNICH	2,7%	3,4%	0,7 p.p.
7	BRUSELAS	3,2%	3,0%	-0,1 p.p.
8	MILAN	2,3%	2,2%	-0,1 p.p.
9	DUSSELDORF	2,3%	2,1%	-0,1 p.p.
10	AMSTERDAM	2,2%	2,1%	0,0 p.p.

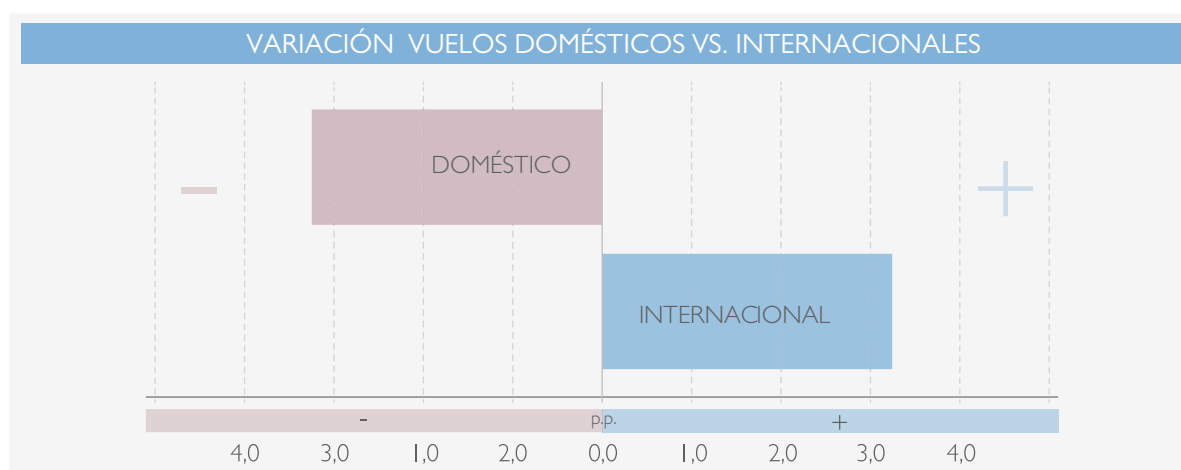
Las ciudades más visitadas fuera de España por los clientes corporativos son **París, Londres, y Lisboa**. También cabe destacar, la presencia de Toulouse, ya que en 2012 no figuraba entre los 10 destinos más frecuentados. Por lo demás, no ha habido cambios significativos con respecto al año anterior.



4.8

VUELOS DOMÉSTICOS VS. INTERNACIONALES

Estos informes se han generado en base al número de operaciones.

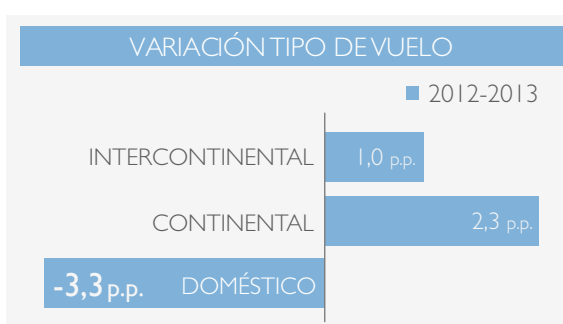


Por vuelo doméstico se entiende aquél que tiene origen y destino dentro del mismo país, lo que quiere decir que en este apartado se incluyen vuelos internos de cualquier país. Dado que Diners Club Spain es una empresa española, la mayor parte de los vuelos considerados se refieren a España.

Comparando los vuelos nacionales con los vuelos internacionales efectuados en 2013 y 2012 se aprecia el **incremento de los vuelos internacionales en un 3,3 puntos porcentuales**. La escasa demanda doméstica ha incentivado a muchas empresas españolas a colocar sus productos y servicios en mercados extranjeros, lo cual ha fomentado un mayor número de viajes fuera de España. Cabe destacar también, que el incremento de viajes se da en mayor medida en los vuelos continentales que en los vuelos intercontinentales de largo recorrido.

Destino	2012	2013	Variación
DOMÉSTICO	54%	50%	-3,3 p.p.
INTERNACIONAL	46%	50%	3,3 p.p.

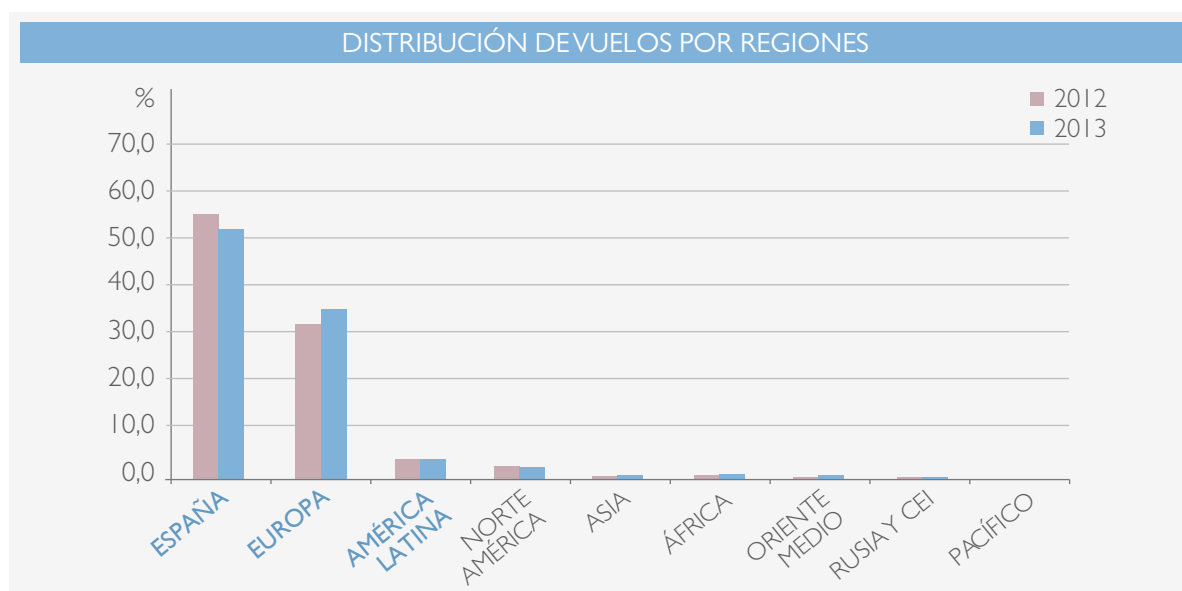
Tipo destino	2012	2013	Variación
DOMÉSTICO	54%	50%	-3,3 p.p.
CONTINENTAL	34%	36%	2,3 p.p.
INTERCONTINENTAL	12%	13%	1,0 p.p.



4.9

VUELOS POR REGIONES

Este informe se ha generado en base al número de operaciones.



Desglosando los destinos de las empresas por zona geográfica, destaca, como cabría esperar, que más de la mitad de los vuelos corporativos son **vuelos nacionales**. Los vuelos intercontinentales alcanzan solamente un 10%, muy lejos del 36% de los vuelos europeos que además vieron incrementada su tasa en 2,6 puntos porcentuales respecto a 2012. Por razones de coyuntura económica, los porcentajes de los vuelos con destino España están disminuyendo, en pos de los destinos europeos.

Región	2012	2013	Variación
ESPAÑA	57,3%	53,9%	-3,4 p.p.
EUROPA	33,7%	36,3%	2,6 p.p.
AMÉRICA LATINA	4,0%	4,2%	0,2 p.p.
NORTE AMÉRICA	2,1%	2,1%	0,0 p.p.
ASIA	0,8%	1,1%	0,3 p.p.
ÁFRICA	0,9%	1,1%	0,2 p.p.
ORIENTE MEDIO	0,7%	0,8%	0,1 p.p.
RUSIA Y CEI	0,4%	0,5%	0,1 p.p.
PACÍFICO	0,1%	0,1%	0,0 p.p.



*Más de la mitad de los
vuelos corporativos
son vuelos nacionales*

4.10

TOP 10 TRAYECTOS AÉREOS

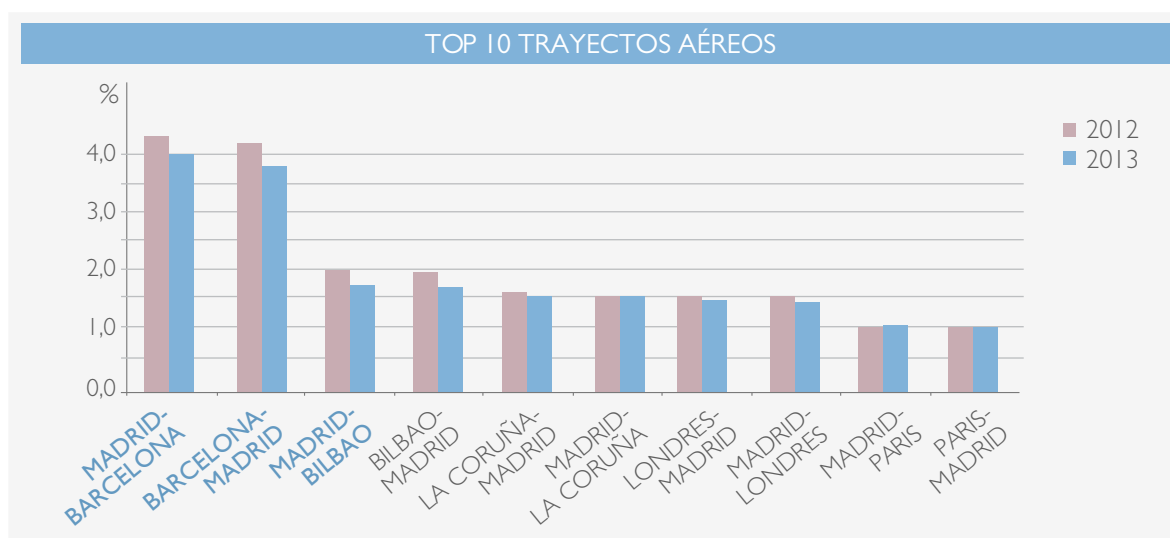
Para calcular los trayectos aéreos, se descomponen los billetes en todos los trayectos que figuran en el mismo y cada uno se considera como un segmento de vuelo. Este informe se ha generado en base al número de trayectos.

Entre los trayectos aéreos más utilizados se encuentran encabezando la lista los segmentos **Madrid - Barcelona y Barcelona - Madrid**.

Entre los dos trayectos suman un 8% del total situándolos muy por encima del resto.

En la lista cabe destacar que los únicos trayectos internacionales son Madrid-Londres y Madrid-París.

Segmento	2012	2013	Variación
MADRID-BARCELONA	4,1%	3,8%	-0,4 p.p.
BARCELONA-MADRID	4,0%	3,6%	-0,4 p.p.
MADRID-BILBAO	1,9%	1,7%	-0,2 p.p.
BILBAO-MADRID	1,9%	1,6%	-0,2 p.p.
LA CORUÑA-MADRID	1,6%	1,5%	0,0 p.p.
MADRID-LA CORUÑA	1,5%	1,5%	0,0 p.p.
LONDRES-MADRID	1,5%	1,4%	-0,1 p.p.
MADRID-LONDRES	1,5%	1,4%	-0,1 p.p.
MADRID-PARIS	1,0%	1,1%	0,0 p.p.
PARIS-MADRID	1,0%	1,0%	0,0 p.p.



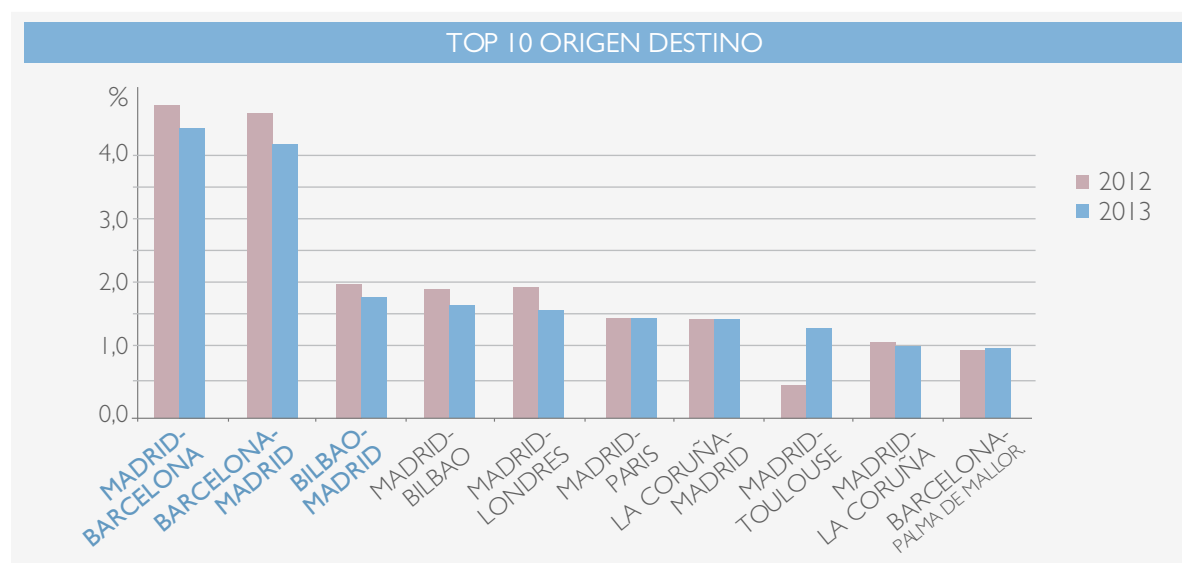
4.11

TOP 10 ORIGEN – DESTINO

Este informe se ha generado en base al número de operaciones.

En este informe vuelven a destacar los vuelos relativamente cortos, tratándose el más largo del de París. De nuevo, remarcar la presencia de **Toulouse** como destino frecuente.

Origen-Destino	2012	2013	Variación
MADRID-BARCELONA	4,7%	4,3%	-0,4 p.p.
BARCELONA-MADRID	4,6%	4,1%	-0,5 p.p.
BILBAO-MADRID	2,0%	1,8%	-0,2 p.p.
MADRID-BILBAO	1,8%	1,7%	-0,1 p.p.
MADRID-LONDRES	1,9%	1,6%	-0,2 p.p.
MADRID-PARIS	1,4%	1,4%	0,0 p.p.
LA CORUÑA-MADRID	1,4%	1,4%	0,0 p.p.
MADRID-TOULOUSE	0,4%	1,3%	0,9 p.p.
MADRID-LA CORUÑA	1,2%	1,1%	-0,1 p.p.
BARCELONA-PALMA DE MALLORCA	0,9%	1,0%	0,1 p.p.



5

TREN



5.1

CIUDADES RENFE

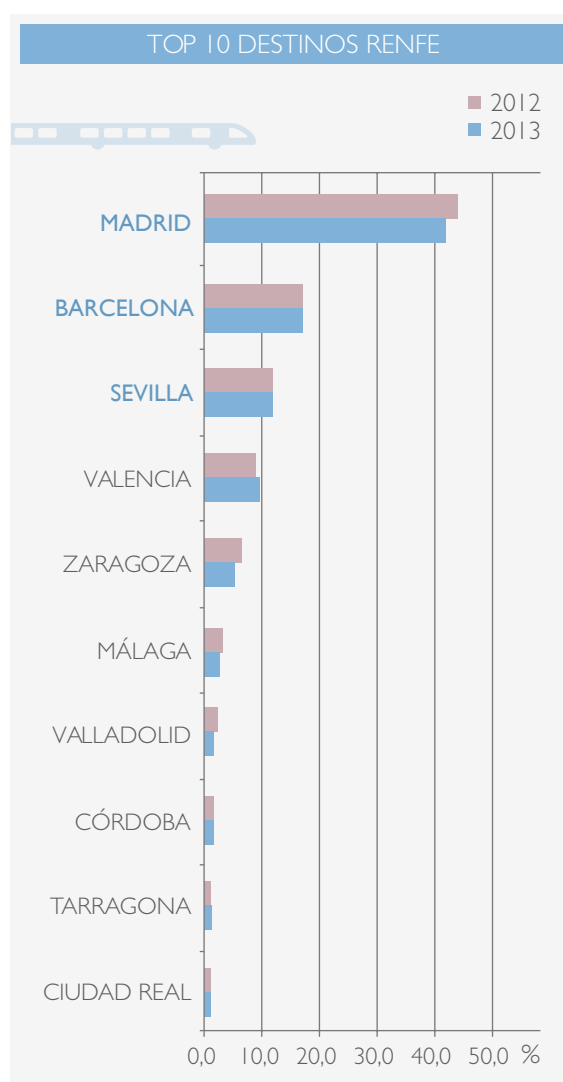
Este informe se ha generado en base al número de operaciones.

El mayor número de viajes en tren se distribuyen entre **Madrid y Barcelona**, al igual que ocurre con el viaje en avión.

El dominio de Madrid con un 43% tiene una causa de peso, se trata de la alta concentración de líneas de tren de alta velocidad disponibles en comparación con el resto de ciudades. La creación de nuevas líneas y paradas en la red de alta velocidad fuera de Madrid, es probablemente la causa de la ligera reducción en 2013 del peso de Madrid y subidas en los destinos Valencia y Tarragona, a las que se accede a través del AVE.

Destaca también la aparición de Sevilla en tercera posición, sin duda por la influencia del AVE y en contraste con los top 10 destinos aéreos españoles, en cuya tercera posición aparece Bilbao, que posee aeropuerto, pero no llegada del AVE.

Destino	2012	2013	Variación
MADRID	44,4%	42,9%	-1,0 p.p.
BARCELONA	16,5%	16,5%	0,0 p.p.
SEVILLA	12,1%	12,2%	0,1 p.p.
VALENCIA	8,4%	8,9%	1,0 p.p.
ZARAGOZA	6,3%	5,7%	0,0 p.p.
MÁLAGA	3,2%	2,9%	-0,3 p.p.
VALLADOLID	2,3%	1,9%	-0,4 p.p.
CÓRDOBA	2,0%	1,8%	-0,1 p.p.
TARRAGONA	1,5%	1,6%	1,0 p.p.
CIUDAD REAL	1,4%	1,3%	-0,1 p.p.



6

HOTEL



6.1

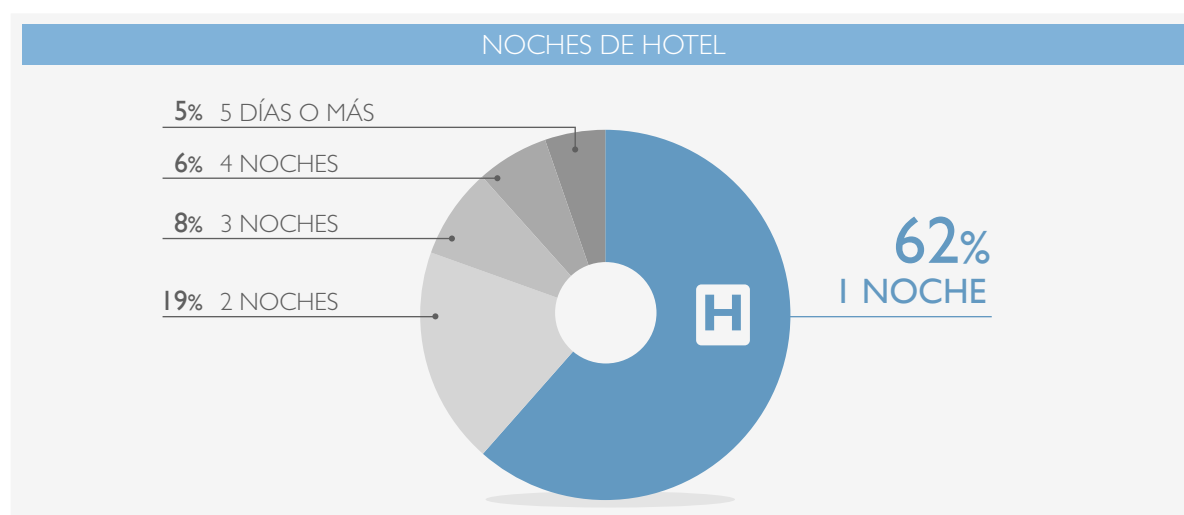
NOCHES DE HOTEL

Este informe se ha generado en base al número de noches.

Se observan variaciones muy ligeras de un año para otro en el número de noches que el viajero de empresa pernocta en los hoteles. La tendencia en el viaje de negocios es **no pasar más de una noche fuera de la ciudad de origen**, de hecho, más de la mitad de los viajeros corporativos eligieron esta opción.

La segunda posición se mantiene para dos noches con cerca del 20%, y a partir de este número el porcentaje se reduce muy significativamente.

Nº Noches	2012	2013	Variación
1 NOCHE	61,7%	62,0%	0,3 p.p
2 NOCHES	18,9%	19,2%	0,3 p.p
3 NOCHES	7,9%	8,1%	0,2 p.p
4 NOCHES	6,3%	5,8%	-0,6 p.p
5 DÍAS O MÁS	5,2%	4,9%	-0,3 p.p



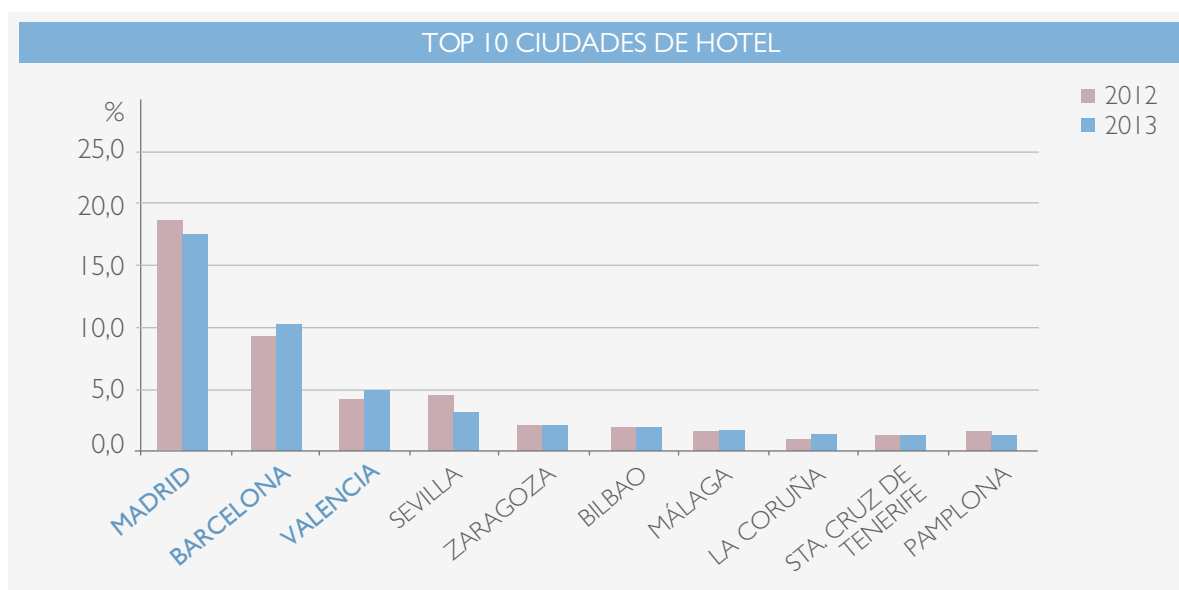
6.2

CIUDADES DE HOTEL

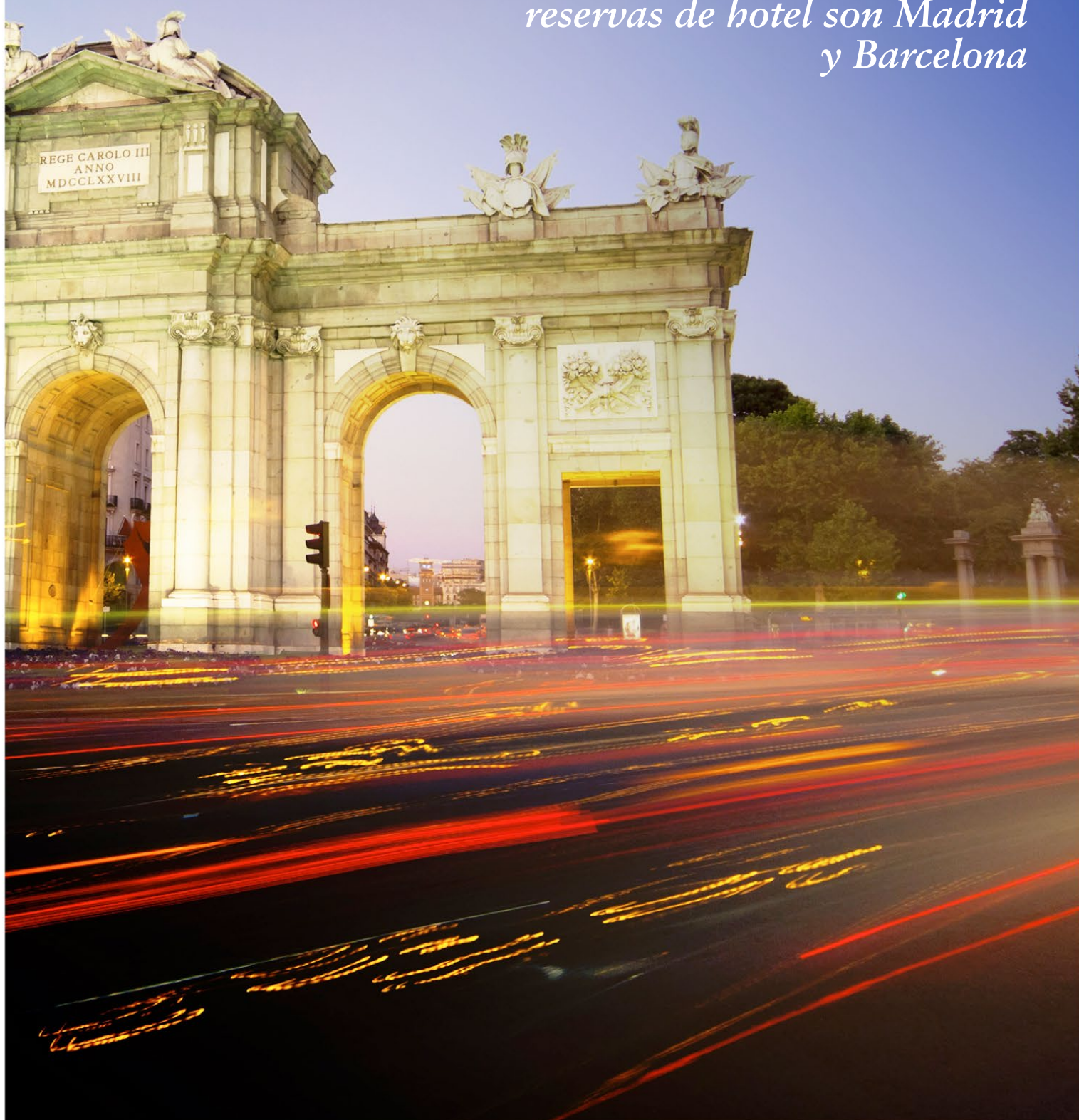
Este informe se ha generado en base al número de operaciones.

Destino	2012	2013	Variación
MADRID	19,1%	17,8%	-1,2 p.p.
BARCELONA	9,4%	10,4%	0,9 p.p.
VALENCIA	4,0%	5,1%	1,1 p.p.
SEVILLA	4,5%	3,1%	1,5 p.p.
ZARAGOZA	2,1%	2,2%	0,0 p.p.
BILBAO	2,0%	2,0%	0,0 p.p.
MÁLAGA	1,6%	1,6%	0,1 p.p.
LA CORUÑA	1,1%	1,4%	0,3 p.p.
SANTA CRUZ DE TENERIFE	1,3%	1,3%	0,0 p.p.
PAMPLONA	1,7%	1,3%	-0,4 p.p.

Las ciudades que registran un mayor número de reservas de hotel son [Madrid y Barcelona](#). Lo que coincide con los datos obtenidos de los destinos más frecuentes. Madrid es claramente el líder con un 7% más de operaciones de hotel que Barcelona, aunque tal y como ya se ha visto en la sección de vuelos, Madrid tiene una ligera tendencia al descenso, al contrario que Barcelona.



*Las ciudades que registran
un mayor número de
reservas de hotel son Madrid
y Barcelona*





AGENCIAS DE VIAJES



7.1

PAGOS CON SERVICE FEE

La service fee es un coste transaccional también llamado cargo por emisión del billete de avión, tren u otro servicio de agencia. Sin embargo, existen otras formas de retribución a la agencia de viajes, como la management fee, que se basa en una negociación global entre la agencia de viajes y el cliente corporativo.

Con respecto a años anteriores se observa como cada vez más, los clientes corporativos optan por métodos alternativos de retribución a las agencias de viaje, viéndose **disminuida en 2,4 puntos porcentuales el pago de service fees**.

Pago Agencia	2012	2013	Variación
CON SERVICE FEE	94,8%	92,4%	-2,4 p.p.
SIN SERVICE FEE	5,2%	7,6%	2,4 p.p.



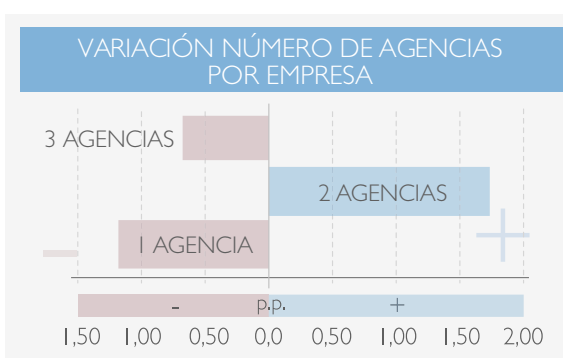
7.2

NÚMERO DE AGENCIAS POR EMPRESA

Las empresas clientes de Diners Club Spain, en su inmensa mayoría, se decantan por utilizar una única agencia de viajes (81%). Sólo en casos excepcionales, debido a su actividad o a la estructura de la empresa, éstas deciden operar con más de una agencia de viajes.

A pesar de este predominio de agencia única, la utilización de una segunda agencia presenta un crecimiento, mientras que la utilización de una o más de dos agencias está disminuyendo.

	2012	2013	Variación
1 AGENCIA	82,0%	80,8%	-1,14 p.p.
2 AGENCIAS	14,4%	16,2%	1,74 p.p.
3 o MÁS AGENCIAS	3,6%	3,0%	-0,60 p.p.





8

CONCLUSIONES

Como se ve reflejado a lo largo de las páginas de este informe, el peso del gasto aéreo en el viaje de empresa equivale aproximadamente al 70 % de toda la actividad de la Cuenta de Viaje, por lo que, no sólo es el sector con mayor peso en las estadísticas, sino que las fluctuaciones en el mismo arrastran al conjunto del gasto.

Puede observarse también, de forma clara, que el conjunto del gasto en viaje corporativo, tiene un fuerte componente de estacionalidad. En el gráfico anual se pueden ver reflejados, de forma muy visual, los periodos vacacionales de los empleados durante los que se intuye una paralización del viaje de negocios.

Las aerolíneas más utilizadas por número de operaciones, no son las mismas que presentan mayor volumen de facturación, salvo en el caso de Iberia, que es la líder indiscutible para el viaje corporativo español. Por citar alguna, Vueling, que es la segunda compañía en número de operaciones, pasa a la cuarta posición cuando el ranking se refiere a volumen de facturación. También es reseñable que Easyjet y Ryanair aparecen entre las 10 aerolíneas más utilizadas, pero no figuran entre las 10 aerolíneas con mayor facturación. En general Iberia desciende en número de vuelos y facturación, mientras Vueling y AirEuropa registran un incremento en ambos conceptos.

Se registra una subida generalizada de los precios de vuelo, fundamentada, seguramente, en las subidas del IVA, IPC y tasas aeroportuarias que se han realizado de un año para el otro.

Se registra un crecimiento del 3% en los vuelos internacionales, reflejo claro de la internacionalización de la empresa española.

Los destinos aéreos nacionales más frecuentes son Madrid y Barcelona, que se reparten más del 50% del total. Ocurre algo parecido con los destinos en tren. En contraste, las ciudades de pernoctación con uso de un hotel están un poco más repartidas. Madrid y Barcelona no llegan al 30%. Esto implica que, aunque sean ciudad destino del transporte en tren o avión, no siempre son destino final para pasar la noche.

Las empresas en su mayoría siguen prefiriendo el pago de una service fee por emisión de billete, cargo que, de momento, parece mantenerse en el tiempo, aunque registre un ligero descenso. Por otro lado, también sigue siendo costumbre de peso la utilización de una sola agencia de viajes por empresa, aunque haya empresas que prefieran optar por más de una agencia de viajes.



DINERS CLUB SPAIN | BENCHMARKING

www.dinersclub.es

Avenida de Europa, 19.
28224 Pozuelo de Alarcón, Madrid.
marketing@dinersclub.es
Tel.: 91 211 43 00

