



BENCHMARKING  
MERCADO ESPAÑOL 2012 - 2016



# ÍNDICE



1

INTRODUCCIÓN

2

DISTRIBUCIÓN  
DEL GASTO ANUAL

3

GASTO POR  
TIPO DE SERVICIO

4

AVIÓN

5

TREN

6

HOTEL

7

AGENCIAS DE VIAJE

8

CONCLUSIONES

A photograph of two men in dark suits sitting at a table, looking at documents. The man on the left is in profile, and the man on the right is looking down at the papers. The image has a blue tint and a vertical blue bar on the right side.

# 1

## INTRODUCCIÓN

Por quinto año consecutivo, presentamos este Benchmarking del mercado español, basado en los gastos efectuados por las grandes empresas españolas a través de un medio de pago centralizado, la Diners Club Travel Account.

Los datos aportados se concentran en los cinco últimos años de crisis y recuperación financiera, vivida no sólo en España, sino a nivel mundial. Esta crisis ha dejado un rastro claro en los comportamientos de adquisición de viajes de las empresas, al mismo tiempo que ha influido de forma estructural en la oferta de los medios de transporte, especialmente en las aerolíneas.

A partir del año 2008, las empresas han optado por ajustar los presupuestos de viaje, imponiendo, por ejemplo, la clase turista en los vuelos nacionales y continentales con el fin de ahorrar gastos. Por otra parte, han aparecido en el sector turístico aerolíneas de bajo coste que se han ido posicionando también en el sector corporativo, presionando los precios de las aerolíneas tradicionales a la baja e incluso provocando la creación de aerolíneas filiales low cost, por parte de éstas.

Este cambio de tendencia ha provocado que, aunque en estos últimos años haya vuelto a crecer el número de viajes de empresa, en la mayoría de los casos, los costes de los vuelos se hayan reducido. Incluso se observa que aerolíneas dominantes pierden parte de su cuota de mercado frente a aerolíneas con tarifas más bajas.

La crisis también ha influido en los destinos de viaje de las empresas españolas. Actualmente pesan más los vuelos internacionales que los domésticos. Esto se debe claramente a un mayor intercambio comercial con los países europeos, que son los que más han crecido como destino aéreo.

Tal vez en un mayor afán de controlar los gastos y servicios de agencia, en estos años también se registra un crecimiento del 5% en los clientes de Diners Club que, en vez de trabajar con una sola agencia de viajes, prefieren trabajar con dos.

Esperamos que estos datos, representativos para la conducta de gasto de las grandes empresas españolas, ayuden a arrojar algo de luz sobre la evolución de los viajes del mercado corporativo español.

Jessica Püttmann  
Directora de Marketing y Comunicación

2

DISTRIBUCIÓN  
DEL GASTO ANUAL

	2012	2013	2014	2015	2016
Enero	7,02%	7,06%	7,32%	6,79%	6,79%
Febrero	8,95%	8,62%	8,65%	8,64%	9,68%
Marzo	9,07%	7,83%	9,40%	9,49%	8,79%
Abril	8,72%	9,27%	8,20%	8,53%	9,42%
Mayo	9,42%	9,33%	9,63%	9,45%	9,61%
Junio	9,83%	9,56%	9,24%	9,31%	9,34%
Julio	8,13%	8,45%	7,97%	8,31%	7,29%
Agosto	4,66%	4,48%	4,38%	4,44%	4,69%
Septiembre	8,38%	8,84%	9,05%	9,52%	9,24%
Octubre	10,16%	10,73%	10,43%	10,06%	9,59%
Noviembre	9,52%	9,47%	9,13%	9,30%	9,41%
Diciembre	6,14%	6,36%	6,59%	6,15%	6,14%

Los viajes corporativos siempre acusan una bajada de actividad importante en los periodos vacacionales. Este descenso es especialmente acusado en agosto, época vacacional por antonomasia en España. La siguiente caída más importante se produce en las vacaciones de Navidad, en los meses de diciembre y enero. Por último, dependiendo del mes en que caiga la Semana Santa, bien en marzo o bien en abril, suele haber una disminución menos patente de la actividad de viaje.

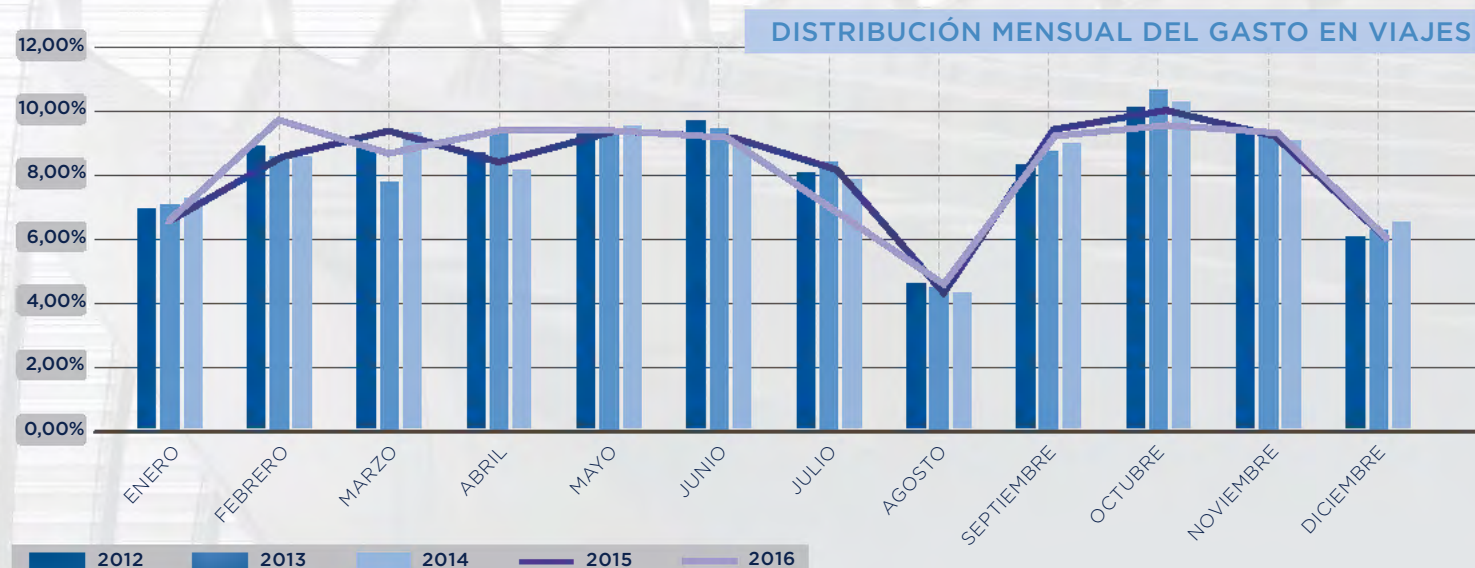
En el año 2016, destaca febrero con el porcentaje de viajes más elevado del año (9,68%) y con una proporción especialmente alta en comparación a los mismos meses de años anteriores.

También hay que mencionar los meses de mayo (9,61%) y octubre (9,59%) como meses con un elevado gasto en viajes.

Este informe ha sido generado en base al volumen de facturación mensual con la Travel Account de Diners Club.

## FEBRERO 2016

MES CON MAYOR ACTIVIDAD DE PAGO



# 3

GASTO POR  
TIPO DE SERVICIO

Como se puede apreciar en el gráfico, la proporción de los gastos en línea aérea que se pagan con la Travel Account lleva una tendencia descendente desde el año 2013. Si hace cuatro años el porcentaje se acercaba al 70% (68,03%), ya en el 2016 está por debajo del 65% (64,11%), presentando una variación de 4 puntos porcentuales.

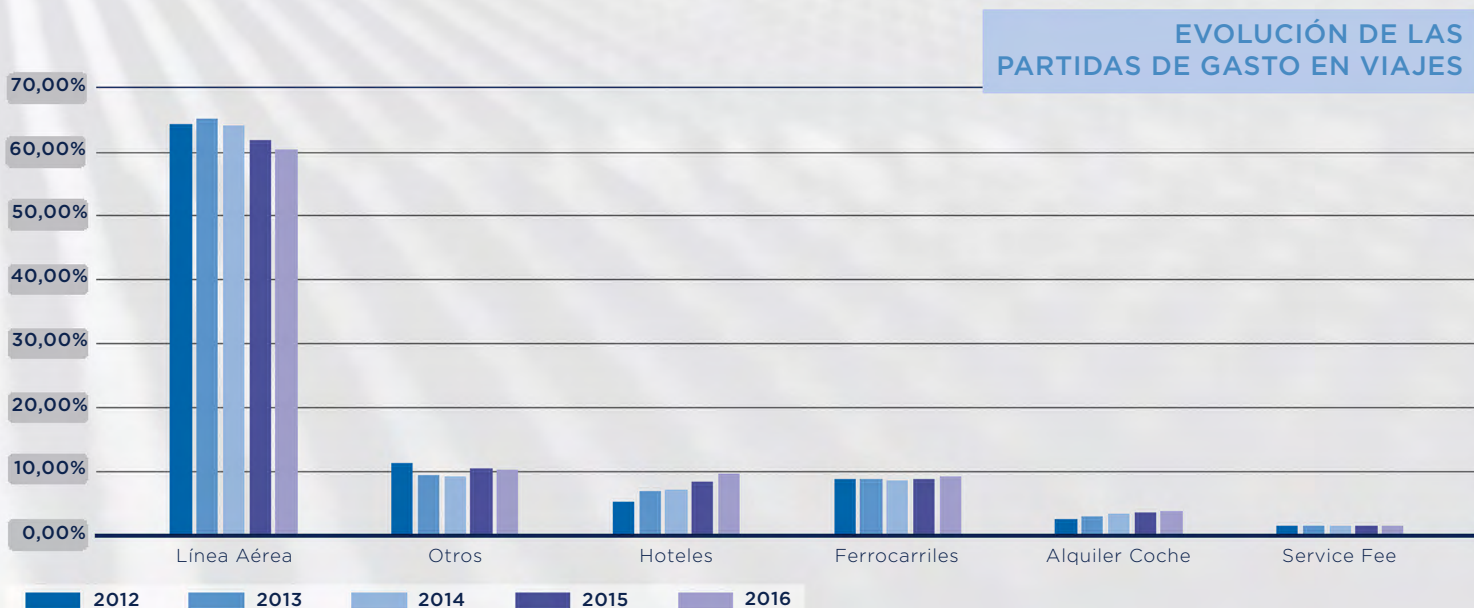
¿Entonces qué partidas se han incrementado? El incremento más evidente se da en los gastos de hotel, que desde el 2012 hasta el 2016 suben casi cinco puntos porcentuales, del 4,68% al 9,46%. Algo parecido, pero menos destacado, se produce con los coches de alquiler, que suben de 2,02% a 2,84%.

La explicación se puede encontrar en el hecho de que, aunque con la recuperación económica hayan vuelto a producirse un mayor número de viajes en el cómputo total, en el sector aéreo en particular, como síntoma de la crisis, los precios de estos viajes se han reducido de forma significativa. Más adelante podremos constatar que las aerolíneas europeas del top 10 con tarifas más altas, han ido disminuyendo sus precios promedio en los últimos años.

	2012	2013	2014	2015	2016
Línea aérea	68,03%	69,15%	68,40%	65,96%	64,11%
Otros	15,47%	12,44%	11,95%	12,99%	13,06%
Hoteles	4,68%	6,15%	7,09%	8,26%	9,46%
Ferrocarriles	8,57%	8,48%	8,35%	8,45%	8,87%
Alquiler coche	2,02%	2,35%	2,60%	2,69%	2,84%
Service fee	1,23%	1,53%	1,62%	1,65%	1,66%

**TENDENCIA DESCENDENTE**  
EN LOS GASTOS DE LÍNEA AÉREA

*Este informe ha sido generado en base al volumen de facturación mensual con la Travel Account de Diners Club.*





4

AVIÓN



Diners Club  
INTERNATIONAL

# 4.1 TOP 10 AEROLÍNEAS MÁS UTILIZADAS

Los datos son contundentes. Iberia, la aerolínea bandera de España, en los viajes corporativos pagados con la Travel Account, ha ido perdiendo cuota de mercado en número de vuelos, año tras año, llegando a bajar en los últimos cinco años casi 10 puntos porcentuales.

	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Iberia</b>	45,25%	39,65%	37,64%	36,87%	35,99%
<b>Vueling</b>	10,37%	14,21%	15,67%	16,82%	16,77%
<b>Air Europa</b>	6,07%	8,71%	10,57%	10,75%	10,30%
<b>Lufthansa</b>	4,62%	5,25%	4,47%	4,52%	4,69%
<b>Binter Canarias</b>	3,93%	3,39%	3,46%	3,51%	3,32%
<b>Ryanair</b>	2,58%	1,75%	1,27%	1,84%	2,50%
<b>Air France</b>	2,52%	2,62%	2,44%	2,25%	2,26%
<b>British Airways</b>	1,58%	1,84%	1,82%	1,80%	1,94%
<b>Tap Portugal</b>	1,69%	1,78%	1,87%	1,87%	1,93%
<b>Easy Jet</b>	2,36%	1,60%	1,50%	1,67%	1,80%

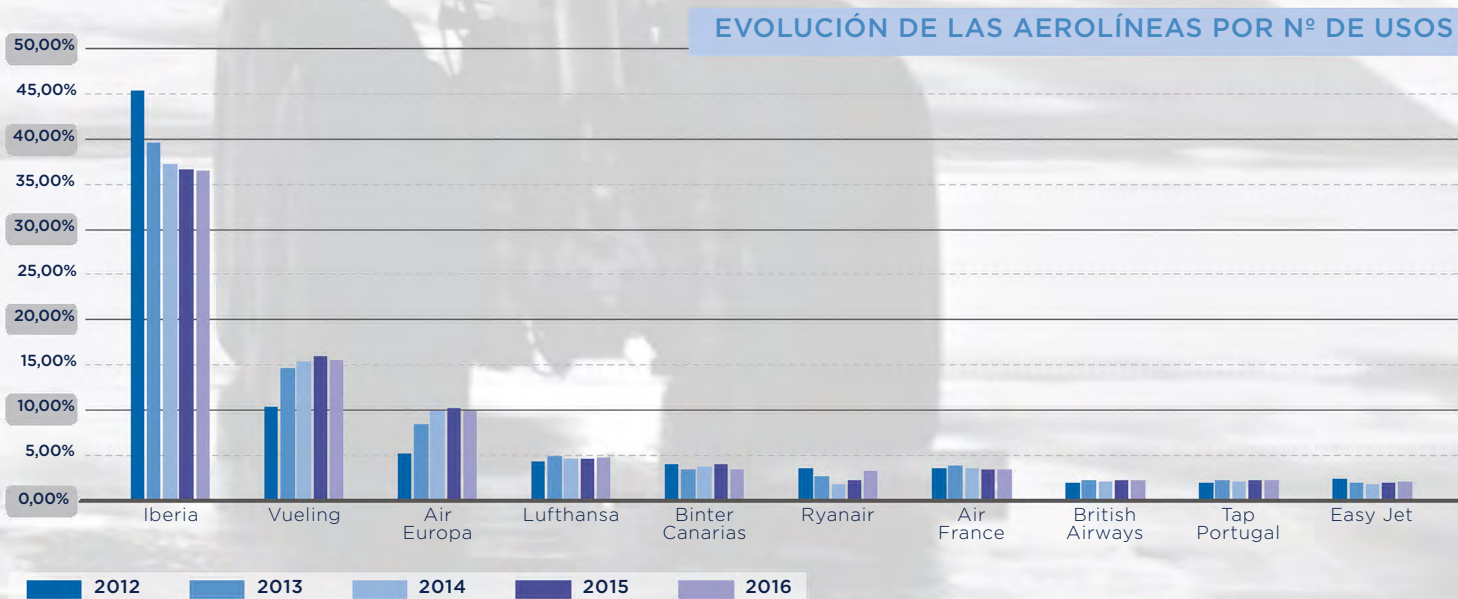
¿Cuál es la situación con las otras dos aerolíneas españolas? Vueling ha registrado un crecimiento de 6 puntos porcentuales y Air Europa, desde el 2012 ha incrementado su participación en más de 4 puntos porcentuales. La conclusión es que Iberia ha perdido parte de sus vuelos en favor de Vueling y Air Europa.

Las demás aerolíneas se mantienen sin grandes variaciones, a excepción de la aerolínea low cost Easy Jet, que en el año 2012 tenía una cuota del 2,36%, mientras el año 2016 sólo el 1,8% de vuelos corresponden a esta aerolínea.

**IBERIA**

PIERDE CUOTA DE MERCADO

Este informe ha sido generado en base al volumen de operaciones.



# 4.2 TOP 10 AEROLÍNEAS CON MAYOR FACTURACIÓN

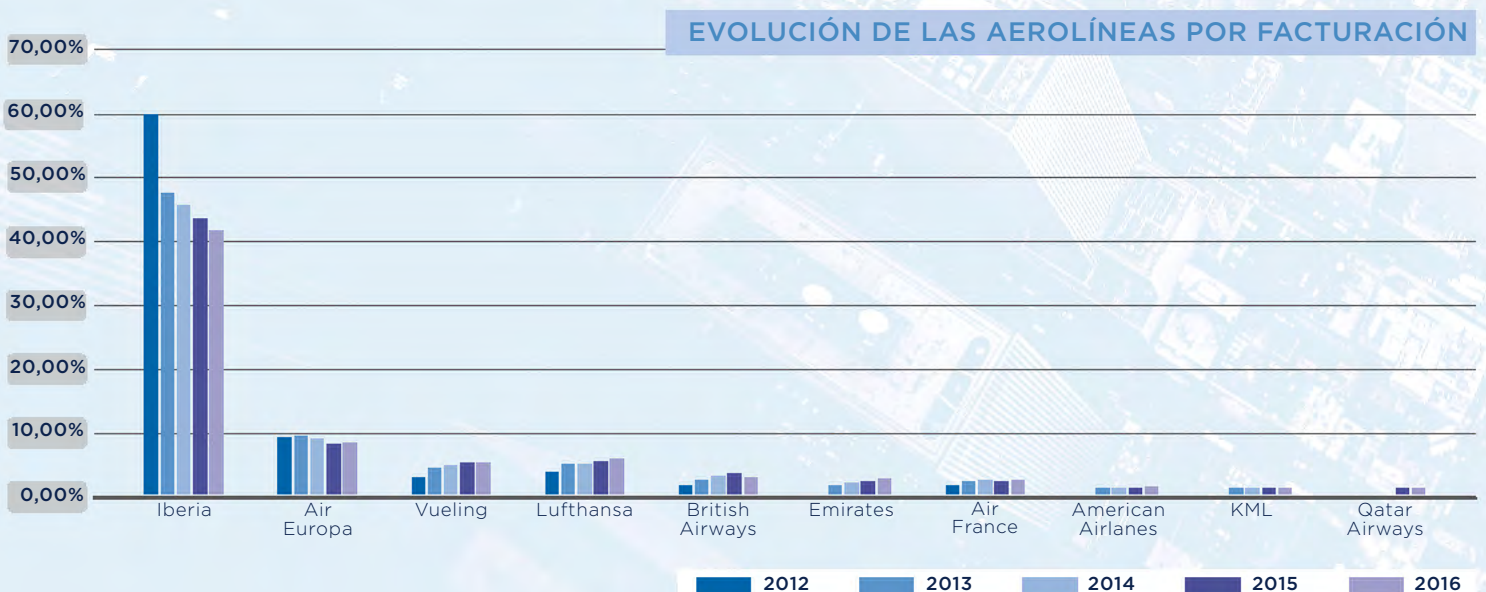
	2012	2013	2014	2015	2016
Iberia	60,13%	47,84%	45,07%	43,59%	41,28%
Air Europa	7,73%	8,46%	8,27%	7,64%	7,67%
Vueling	2,53%	4,74%	5,67%	6,21%	6,31%
Lufthansa	3,86%	5,63%	5,28%	5,71%	5,97%
British Airways	1,63%	3,00%	3,71%	4,04%	3,95%
Emirates		2,14%	2,58%	3,02%	3,59%
Air France	2,25%	3,30%	3,37%	3,34%	3,58%
American Airlines		1,48%	1,73%	2,00%	2,29%
KLM		1,46%	1,61%	1,67%	2,08%
Qatar Airways				1,64%	1,71%
Alitalia	1,16%				
Spanair	1,03%				
Aeromexico	1,82%		1,40%		
LAN Airlines	1,25%	1,37%			

En cuanto a las aerolíneas top 10 de facturación aérea, Iberia sigue perdiendo volumen de forma importante, incluso más que en números de billetes, casi 20 puntos porcentuales desde el año 2012. Sin embargo, Air Europa se mantiene relativamente estable y la única aerolínea española que gana en facturación es Vueling, que pasa del 2,53% al 6,31%.

El crecimiento en volumen de facturación se da también en las demás aerolíneas, como Lufthansa (2 p.p.), British Airways, Emirates, Air France, American Airlines, KLM y Qatar Airways.

**VUELING**   
REGISTRA MAYOR CRECIMIENTO

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



VOLVER AL ÍNDICE 

# 4.3 TOP 10 MAYORES PRECIOS PROMEDIO POR AEROLINEA

	2012	2013	2014	2015	2016
American Airlines		1.353,12	1.346,98	1.380,70	1.253,62
Emirates		1.233,77	1.214,33	1.292,06	1.253,54
Qatar Airways				972,85	1.001,87
British Airways	881,38	889,44	959,24	984,95	814,95
Air France	624,42	628,25	626,20	629,58	619,21
Klm		702,19	655,81	656,03	570,54
Lufthansa	571,86	545,10	541,49	535,49	495,01
Iberia	444,18	441,90	422,86	414,19	374,69
Air Europa	305,42	290,10	266,67	242,37	229,81
Vueling	159,93	172,19	170,08	167,23	159,99
Lan Airlines	1.213,19	1.110,23			
Aeromexico	1.060,26		886,80		
Spanair	253,88				
Alitalia	405,92				

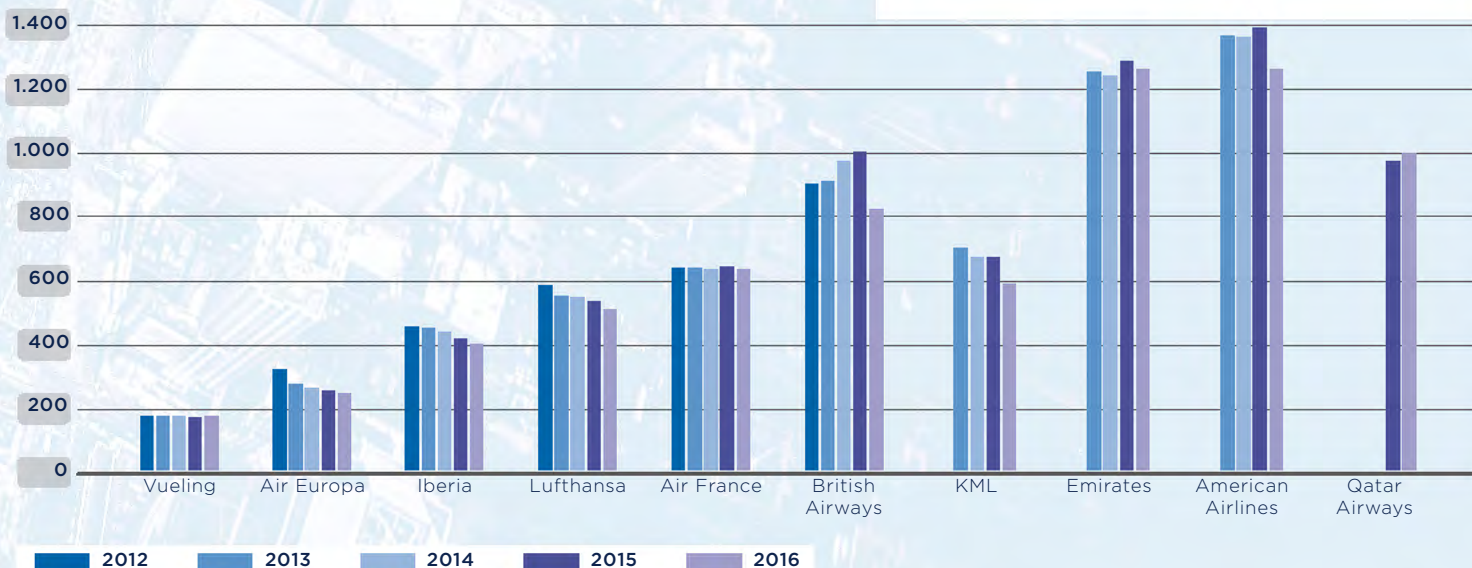
Esta tabla nos muestra un ranking del precio promedio entre las top 10 aerolíneas que más facturan. Si a grandes rasgos se puede decir que las aerolíneas intercontinentales varían levemente sus precios de 2012 a 2016, las compañías aéreas europeas como British Airways, Air France, KLM, Lufthansa, Iberia, Air Europa y Vueling, han bajado sus precios de forma generalizada, en los últimos 4 - 5 años.

La caída del precio del petróleo se hace patente en los precios del 2015 y 2016. La única compañía aérea que no baja sus precios en este periodo es Qatar Airways.

**AIR EUROPA  
BAJA 25%  
DEL 2012 AL 2016**

Este informe se ha generado en base a las aerolíneas con mayor facturación.

## EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE LAS AEROLINEAS DE MAYOR FACTURACIÓN



# 4.4 PRECIO PROMEDIO VUELO DIRECTO IDA/VUELTA

	2012	2013	2014	2015	2016
Madrid-Toulouse		604,74	597,35	557,72	540,59
Madrid-Londres	560,52	601,50	509,47	469,82	386,39
Madrid-Paris	347,35	375,21	363,10	326,46	282,00
Madrid-Munich					269,58
Madrid-Bilbao	272,99	276,52	275,30	270,73	256,04
Bilbao-Madrid	261,09	287,42	300,69	270,25	251,89
Madrid-Lisboa	250,72	262,52	276,36	267,66	251,46
Barcelona-Madrid	226,55	238,01	232,21	229,87	222,28
A Coruna-Madrid	241,33	247,46	225,90	228,02	222,10
Madrid-Barcelona	214,04	222,24	219,49	217,11	214,57
Barcelona-Paris		256,07			
Barcelona-Sevilla	213,28				
Madrid-A Coruna	289,66				
Las Palmas-Tenerife				71,96	
Barcelona-Bilbao			215,97		

Es interesante observar que los vuelos directos que en el 2013 eran los más caros (Madrid-Toulouse, Madrid-Londres y Madrid-Paris), han disminuido sus precios paulatinamente hasta el año 2016.

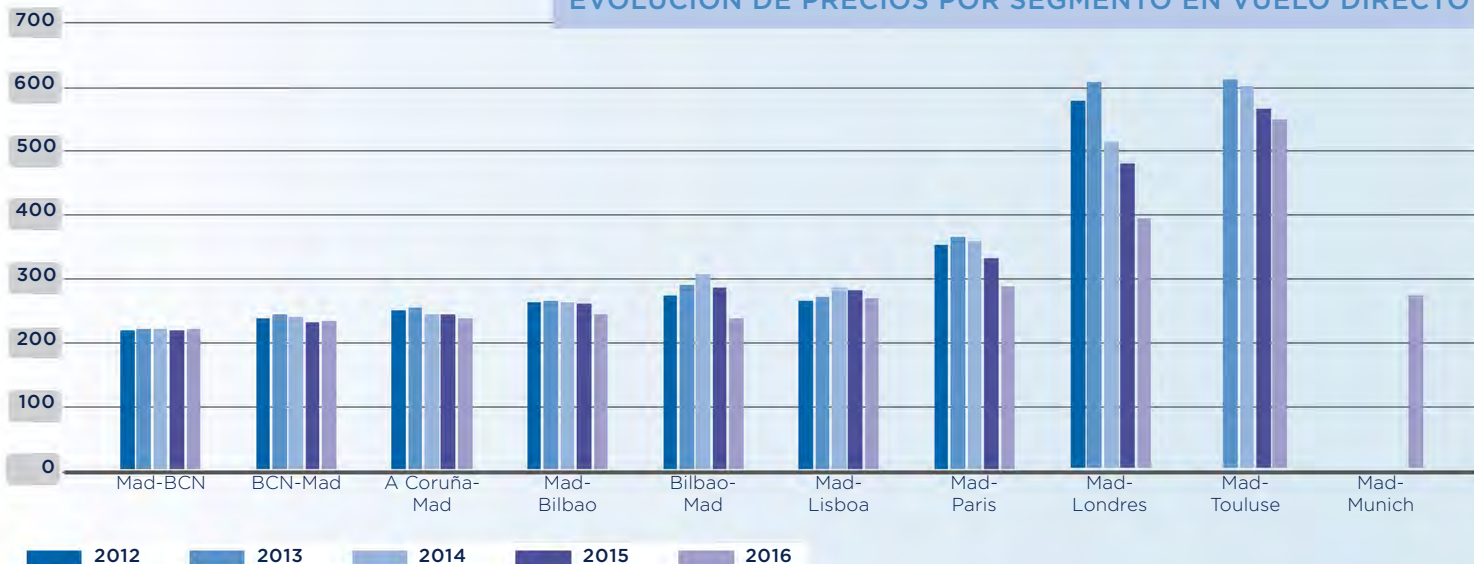
Este año por primera vez aparece Madrid-Munich entre los vuelos con precios promedio más elevados. Los siguientes vuelos tienen una menor variación de precios, aunque llama también la atención que A Coruña-Madrid haya bajado en cinco años casi 20 EUR en su tarifa promedio, a pesar de que hayan ido subiendo las tasas aeroportuarias.

Nuevamente se hace patente el descenso del precio del petróleo entre 2015 y 2016.

**BAJA 31%**   
MADRID - LONDRES

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

## EVOLUCIÓN DE PRECIOS POR SEGMENTO EN VUELO DIRECTO



# 4.5 DESTINOS AÉREOS MÁS FRECUENTES A NIVEL MUNDIAL

	2012	2013	2014	2015	2016
Madrid	20,47%	18,84%	18,70%	19,18%	18,74%
Barcelona	13,06%	13,20%	13,54%	13,53%	13,82%
Londres	3,13%	3,07%	3,09%	3,23%	3,55%
Bilbao	3,66%	3,45%	3,73%	3,74%	3,51%
Paris	3,12%	3,42%	3,35%	3,23%	3,36%
Palma Mallorca	2,67%	2,80%	2,77%	2,84%	2,73%
La Coruña	1,83%	1,84%	1,87%	1,96%	2,05%
Tenerife	2,32%	2,22%	2,26%	2,19%	2,00%
Las Palmas	2,27%	1,97%	2,19%	2,06%	1,94%
Lisboa					1,89%
Sevilla	2,45%	2,20%	1,99%	1,87%	

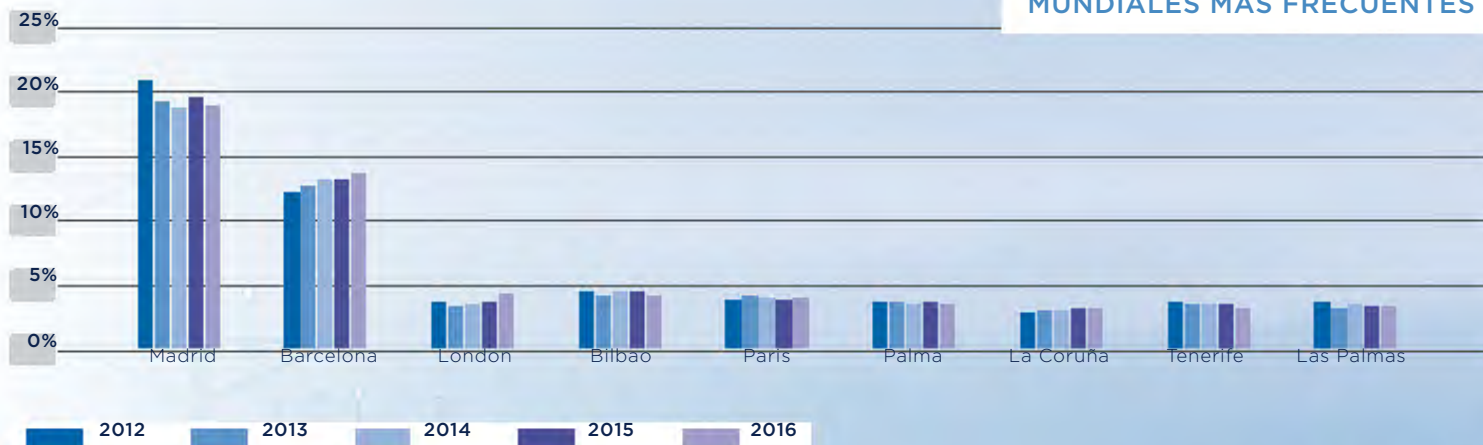
En general se registra un descenso en Madrid como principal destino de viaje de las empresas españolas, mientras Barcelona refleja un leve incremento. Mientras los demás destinos españoles varían sus porcentajes, sí se puede hablar de un ligero crecimiento en el destino europeo Londres. Además, en el año 2016 aparece por primera vez Lisboa, en el top 10 de los destinos de las empresas clientes de Diners Club Spain, desplazando a Sevilla.

**LISBOA**   
**ENTRA EN EL TOP 10**

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



## EVOLUCIÓN DE LOS DESTINOS MUNDIALES MÁS FRECUENTES



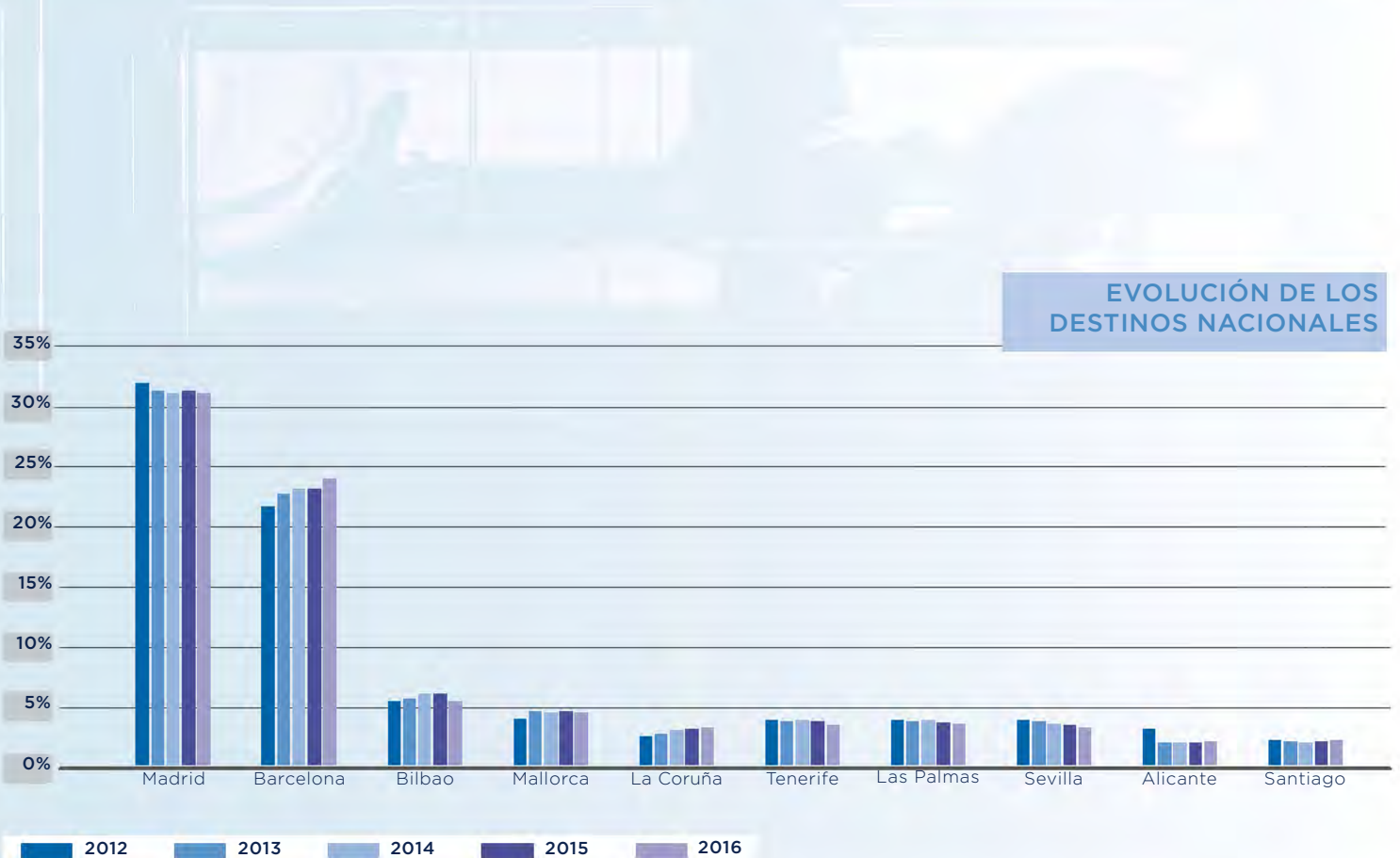
# 4.6 TOP 10 DESTINOS AÉREOS MÁS FRECUENTES DENTRO DE ESPAÑA

	2012	2013	2014	2015	2016
Madrid	33,34%	32,69%	32,50%	33,05%	32,81%
Barcelona	21,25%	22,89%	23,51%	23,31%	24,19%
Bilbao	5,96%	5,99%	6,47%	6,45%	6,15%
Palma Mallorca	4,34%	4,86%	4,82%	4,89%	4,78%
A Coruna	2,98%	3,19%	3,25%	3,37%	3,58%
Tenerife	3,78%	3,85%	3,93%	3,78%	3,50%
Las Palmas	3,70%	3,42%	3,81%	3,54%	3,40%
Sevilla	3,99%	3,82%	3,45%	3,23%	3,03%
Alicante	2,55%	2,00%	1,99%	2,02%	2,09%
Santiago	1,94%	1,83%	1,60%	1,80%	1,92%

A nivel nacional se refleja una tendencia similar. Mientras Madrid registra un pequeño descenso en los últimos cinco años, Barcelona esta vez crece de forma más clara en casi tres puntos porcentuales como destino español. Todos los destinos tienen variaciones ligeras del 2012 al 2016. Si cabe resaltar, el descenso de casi un punto porcentual de la ciudad de Sevilla y la subida de medio punto porcentual de A Coruña.

**BARCELONA**   
CRECE EN IMPORTANCIA

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



# 4.7 TOP 10 DESTINOS FUERA DE ESPAÑA



	2012	2013	2014	2015	2016
Londres	8,11%	7,25%	7,28%	7,70%	8,27%
París	8,08%	8,06%	7,90%	7,69%	7,82%
Lisboa	4,28%	3,87%	4,14%	4,44%	4,39%
Munich	2,66%	3,37%	3,47%	3,92%	4,18%
Frankfurt	4,47%	3,76%	3,33%	3,18%	3,37%
Bruselas	3,15%	3,03%	3,18%	3,56%	3,29%
Amsterdam		2,12%	2,32%	2,25%	2,67%
Milán	2,31%	2,24%	2,50%	2,43%	2,53%
Toulouse		3,55%	3,14%	2,54%	2,35%
Ciudad de México	2,27%		2,31%	2,16%	1,92%
Dusseldorf	2,27%	2,14%			
Sao Paulo	2,18%				

Los destinos extranjeros de vuelo más importantes para las empresas españolas son Londres y París. Lisboa, en el tercer puesto, registra un porcentaje ligeramente superior a la mitad de los anteriores.

Mientras Múnich aumenta su presencia de forma importante del 2012 al 2016, Frankfurt baja en la distribución general. También se registra en los últimos años un aumento en la cuota de Amsterdam. En el año 2012 aparecen por última vez la Ciudad de México y Sao Paulo como destinos más importantes en el top 10 de destinos fuera de España, desapareciendo los únicos destinos intercontinentales que había hasta entonces. Claramente ha crecido la interacción económica de las empresas españolas dentro de la Unión Europea.

## EVOLUCIÓN DE LOS DESTINOS INTERNACIONALES

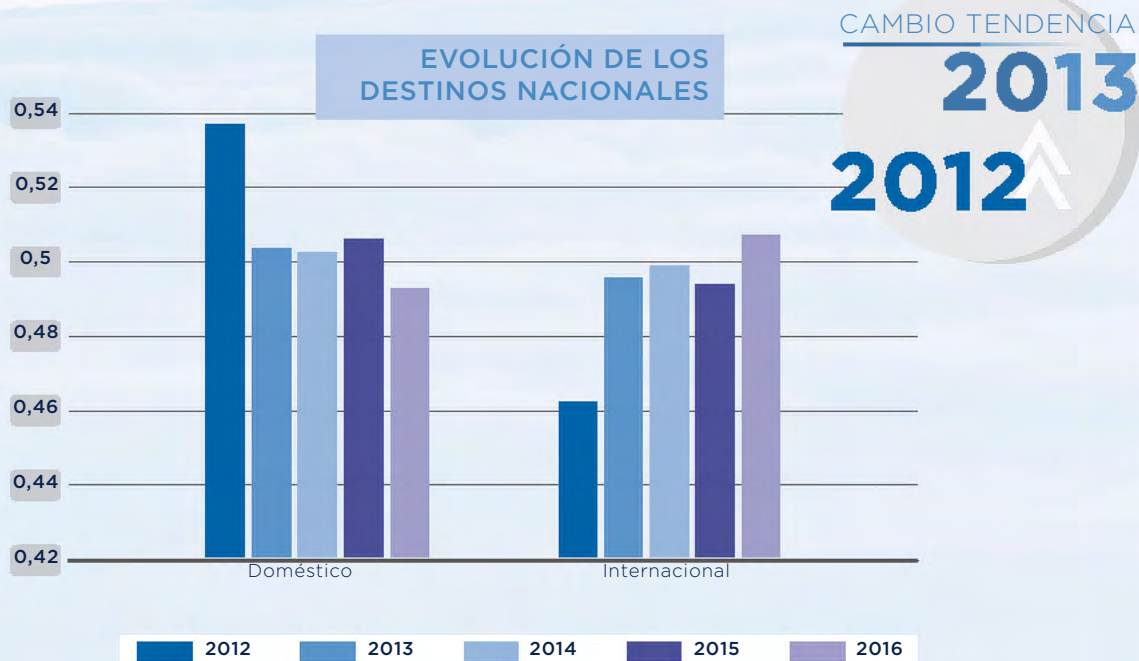


# 4.8 DISTRIBUCIÓN DE DESTINOS NACIONALES E INTERNACIONALES

Del 2012 al 2016 ha habido una involución en los vuelos domésticos, pasando a una importancia mayor los vuelos internacionales (de 46,26% a 50,80%). Los vuelos domésticos son todos aquellos vuelos con origen-destino dentro de un país, es decir, no son necesariamente vuelos españoles.

	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Doméstico</b>	53,74%	50,41%	50,12%	50,64%	49,20%
<b>Internacional</b>	46,26%	49,59%	49,88%	49,36%	50,80%

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



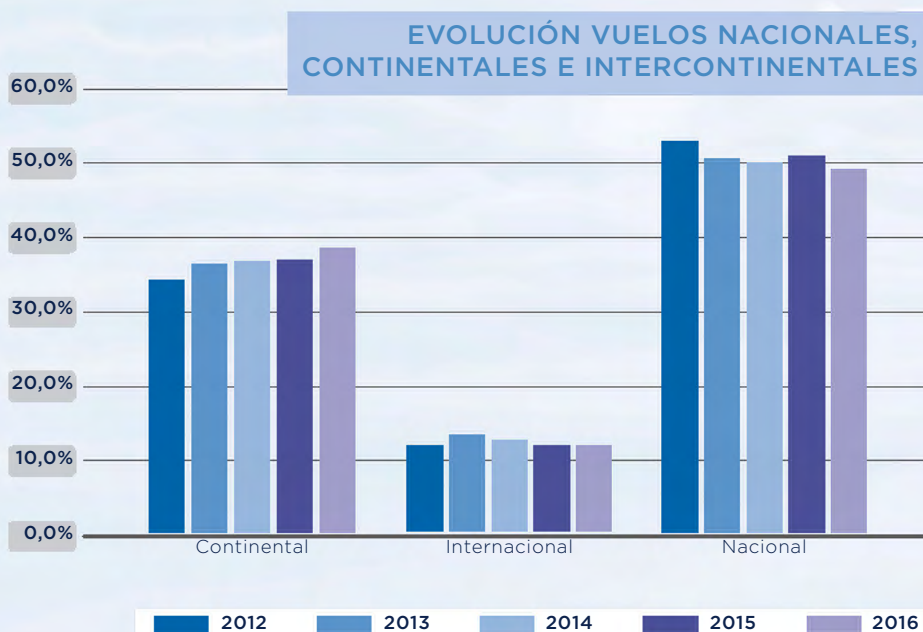
4. Avión / Distribución de destinos nacionales e internacionales

En cinco años, los vuelos nacionales han bajado de un 53,74% a menos del 50% (49,20%). Los vuelos intercontinentales se han mantenido relativamente estables, mientras los vuelos continentales han subido 4,85 puntos porcentuales del 2012 (34,18%) al 2016 (39,03%). Esto viene a confirmar el mayor enfoque de las empresas españolas en el mercado europeo.

	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Continental</b>	34,18%	36,48%	37,28%	37,54%	39,03%
<b>Intercontinental</b>	12,09%	13,12%	12,60%	11,82%	11,77%
<b>Nacional</b>	53,74%	50,41%	50,12%	50,64%	49,20%

**MAYOR ENFOQUE**

MERCADO EUROPEO



# 4.9 VUELOS POR REGIONES

Ya hemos detectado con anterioridad que los vuelos nacionales (por deducción mayoritariamente españoles) han perdido protagonismo con respecto al número de vuelos utilizados.

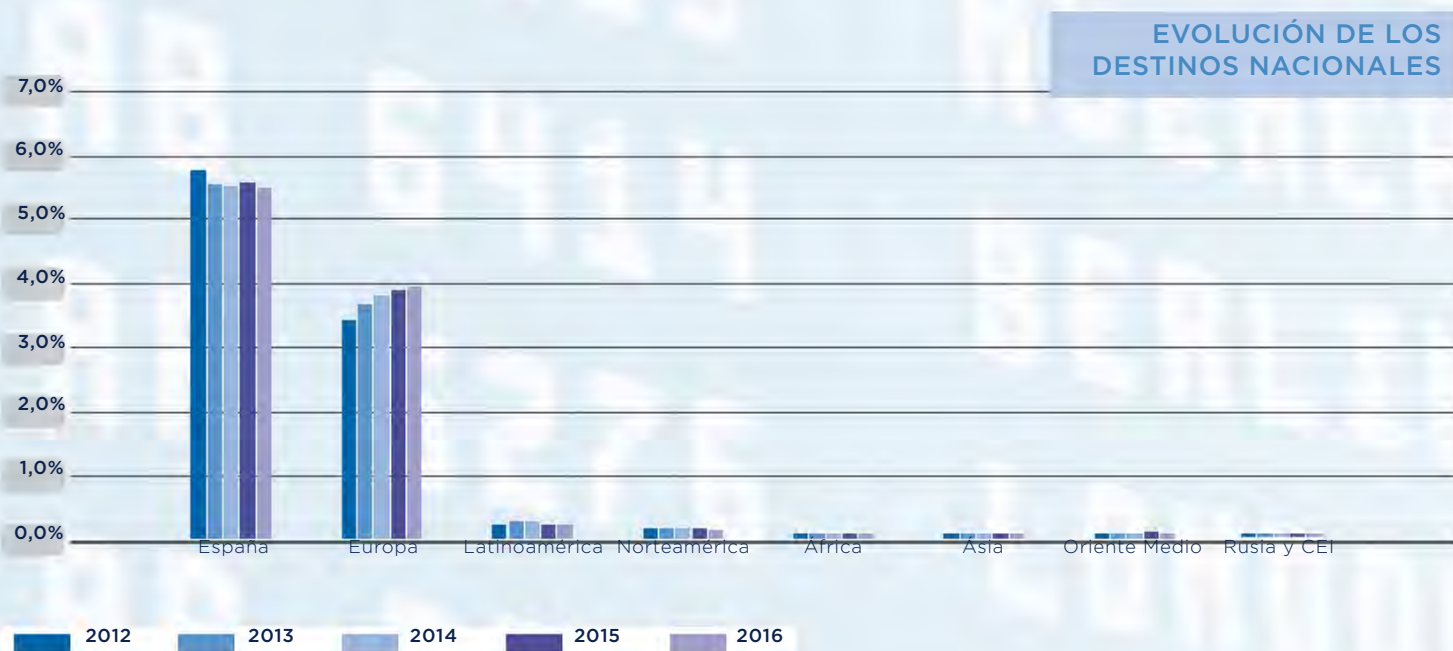
Los vuelos dentro y a España han bajado de 57,31% a 52,26%, más de cinco puntos porcentuales. Sin embargo, aquí vuelve a hacerse patente que hay un incremento significativo en el número de vuelos dentro y hacia Europa evolucionando estos, del 2012 al 2016, de 33,66% a 39,17%.

Todas las demás regiones, bien pierden importancia, incluida Latinoamérica, o bien tienen variaciones insignificantes.

	2012	2013	2014	2015	2016
<b>España</b>	57,31%	53,92%	53,55%	53,80%	52,26%
<b>Europa</b>	33,66%	36,27%	37,11%	37,51%	39,17%
<b>Latinoamérica</b>	4,02%	4,18%	3,98%	3,68%	3,54%
<b>Norteamérica</b>	2,13%	2,08%	2,07%	2,09%	1,86%
<b>África</b>	0,90%	1,10%	1,07%	0,99%	1,04%
<b>Ásia</b>	0,84%	1,06%	0,98%	0,91%	0,96%
<b>Oriente Medio</b>	0,67%	0,80%	0,72%	0,62%	0,87%
<b>Rusia Y Cei</b>	0,42%	0,52%	0,46%	0,32%	0,25%
<b>Oceanía</b>	0,06%	0,06%	0,05%	0,07%	0,06%

**LATINOAMÉRICA**  
PIERDE RELEVANCIA

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



# 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.

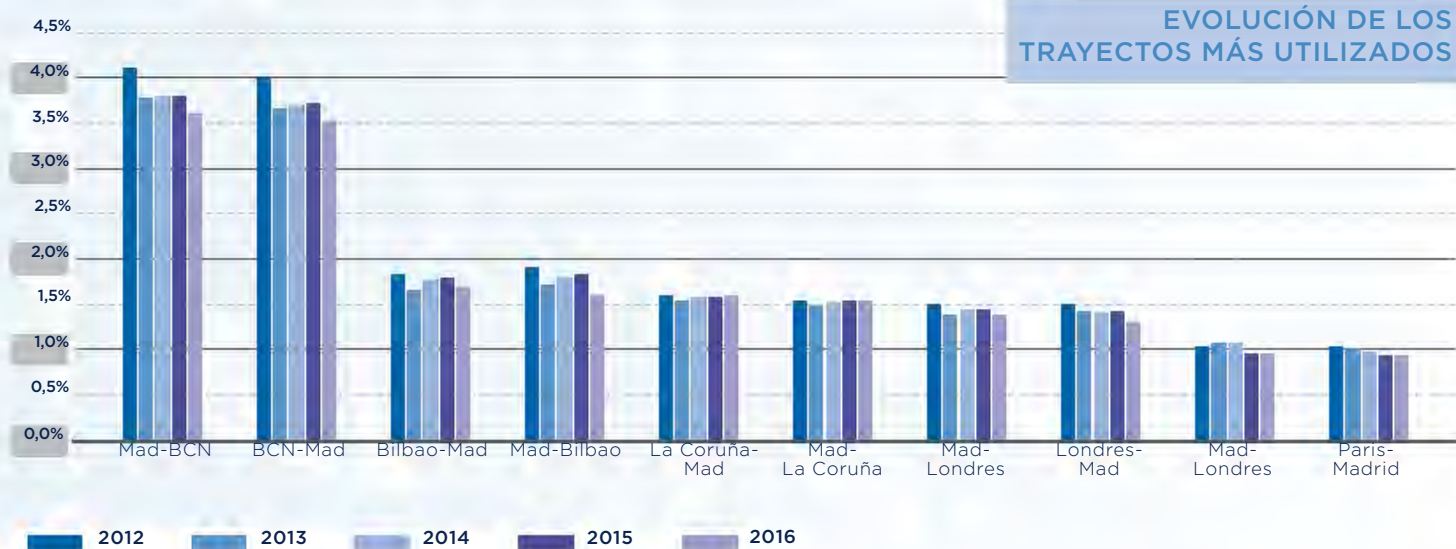
	2012	2013	2014	2015	2016
Madrid-Barcelona	4,14%	3,77%	3,79%	3,78%	3,57%
Barcelona-Madrid	4,02%	3,64%	3,65%	3,71%	3,52%
Bilbao-Madrid	1,89%	1,64%	1,77%	1,81%	1,71%
Madrid-Bilbao	1,92%	1,68%	1,77%	1,78%	1,63%
A Coruña-Madrid	1,56%	1,53%	1,56%	1,57%	1,57%
Madrid-A Coruña	1,53%	1,48%	1,52%	1,54%	1,52%
Madrid-Londres	1,48%	1,36%	1,39%	1,43%	1,37%
Londres-Madrid	1,49%	1,39%	1,39%	1,38%	1,32%
Madrid-Paris	1,04%	1,07%	1,03%	0,94%	0,93%
Paris-Madrid	1,02%	1,00%	0,95%	0,90%	0,89%

En términos generales, todos los segmentos aéreos bajan levemente de proporción en los últimos 5 años.

Como en los años anteriores, la ciudad española que aparece en todos los segmentos es Madrid y destacan como ciudades extranjeras Londres y París. Por lo demás, hay que mencionar la presencia de Barcelona, Bilbao y A Coruña.

LONDRES  
& PARÍS  
TOP 10

Este informe se ha generado en base al número de trayectos registrados.



# 4.11 TOP 10 ORIGEN - DESTINO

	2012	2013	2014	2015	2016
Mad-BCN	4,69%	4,30%	4,25%	4,21%	4,05%
BCN-Madrid	4,60%	4,15%	4,16%	4,29%	4,03%
Mad-Londres	1,89%	1,64%	1,65%	1,73%	1,77%
Bilbao-Mad	1,99%	1,78%	1,88%	1,86%	1,74%
Mad-Bilbao	1,84%	1,70%	1,75%	1,76%	1,61%
La Coruña-Mad	1,42%	1,42%	1,52%	1,59%	1,54%
Mad-Paris	1,44%	1,44%	1,36%	1,24%	1,24%
Mad-La Coruña	1,17%	1,11%	1,16%	1,15%	1,11%
Mad-Lisbon				1,10%	1,04%
Las Palmas-Tenerife	1,11%		1,08%	1,10%	1,00%
Mad-Toulouse		1,28%	1,11%		
Tenerife-Palmas	1,06%				
BCN-Palma					
Mallorca		1,02%			

Del 2012 al 2016 tanto los vuelos de Madrid a Barcelona, como los vuelos de Barcelona a Madrid han disminuido en importancia. Crecen en cuota los vuelos desde A Coruña a Madrid. Además, aparecen vuelos nuevos de Madrid a Lisboa y de Las Palmas a Tenerife.

**A CORUÑA  
- MADRID**   
CRECE EN CUOTA

Este informe se ha generado en base al número de operaciones desde un origen hasta un destino final, sin tener en cuenta las escalas para llegar a este destino.

## EVOLUCIÓN DE LOS TRAYECTOS MÁS UTILIZADOS



# 5

# TREN



Diners Club  
INTERNATIONAL

# 5.1 CIUDADES RENFE

Entre las top 10 ciudades destino de RENFE, siempre aparecen ciudades con conexiones de tren de Alta Velocidad Española (AVE). Sin embargo, sorprende que, desde el 2012 hasta el 2016 y de forma generalizada, hayan ido decreciendo levemente todos los porcentajes de viajes en tren a cualquiera de estos destinos.

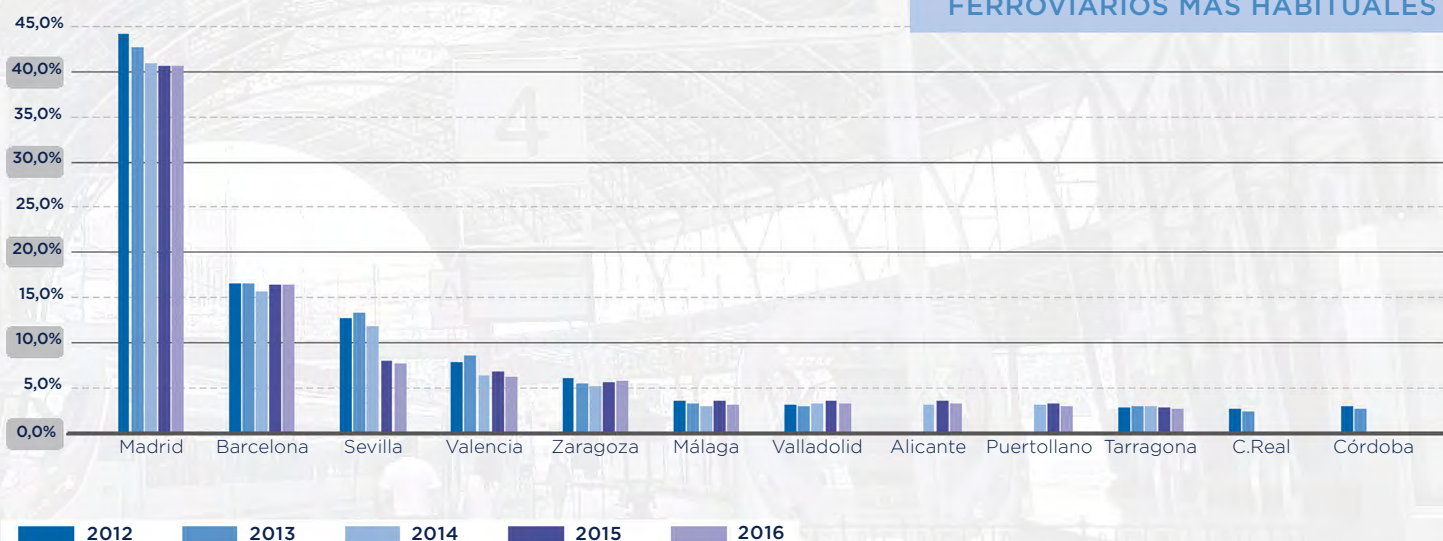
Madrid, como punto neurálgico que conecta norte con sur y este con oeste, a través de las vías del AVE, figura lógicamente, en el primer lugar del ranking, con más del 40%. Los puestos que ocupan la parte baja de la tabla son menos estables. Se observan ciudades que, en un momento dado han desaparecido del top 10 para dar cabida a otras. Por citar ejemplos, Ciudad Real y Córdoba aparecen por última vez en el 2013, cediéndole el sitio a Alicante y Puertollano a partir del 2014.

	2012	2013	2014	2015	2016
Madrid	44,44%	42,91%	41,51%	41,28%	41,20%
Barcelona	16,53%	16,51%	15,60%	16,34%	16,31%
Sevilla	12,06%	12,18%	10,82%	8,27%	8,06%
Valencia	8,44%	8,94%	6,92%	7,04%	6,99%
Zaragoza	6,34%	5,75%	5,12%	5,73%	5,75%
Malaga	3,18%	2,89%	2,71%	2,77%	2,62%
Valladolid	2,32%	1,92%	2,03%	2,42%	2,31%
Alicante			2,04%	2,22%	2,06%
Puertollano			1,83%	1,76%	1,59%
Tarragona	1,48%	1,58%	1,56%	1,51%	1,41%
Ciudad Real	1,43%	1,29%			
Córdoba	1,96%	1,85%			

**DECRECEN**  
 TODOS LOS DESTINOS  
**TOP 10**

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

### EVOLUCIÓN DE LOS DESTINOS FERROVIARIOS MÁS HABITUALES



6

HOTEL



**SIN CAMBIOS**

SIGNIFICATIVOS

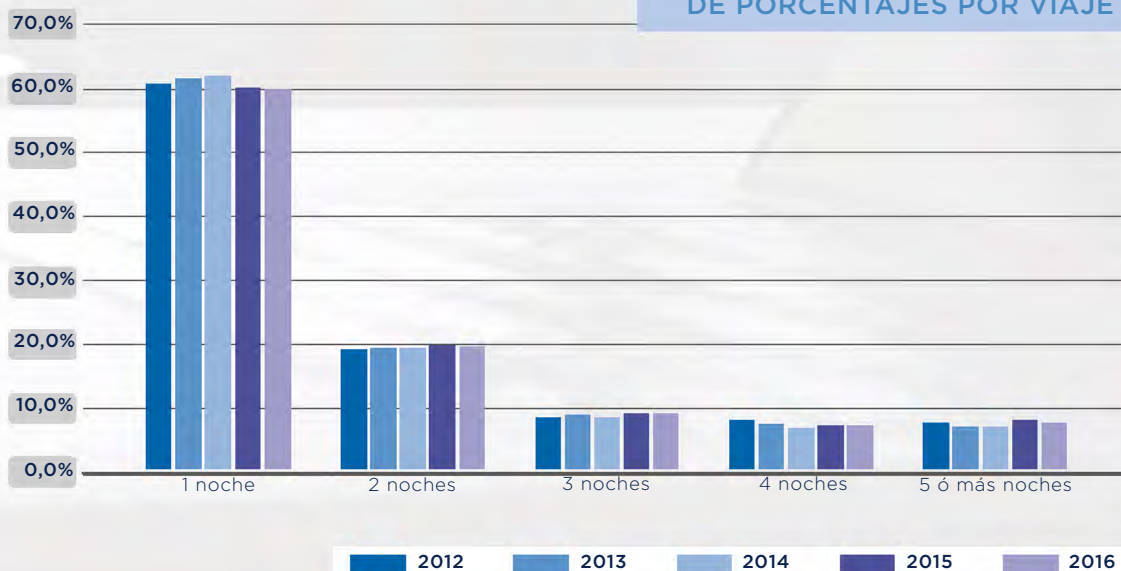
# 6.1 NOCHES DE HOTEL

El 60% de las transacciones de hotel siguen correspondiendo a estancias de una sola noche, frente a, tan sólo el 20% de las transacciones que reflejan estancias de dos noches. El resto, se distribuye entre 3 y más noches, sin cambios significativos en la evolución de los últimos años.

	2012	2013	2014	2015	2016
1 noche	61,66%	61,96%	62,69%	60,14%	59,90%
2 noches	18,87%	19,19%	19,42%	19,85%	19,74%
3 noches	7,90%	8,13%	7,79%	8,42%	8,50%
5 ó más noches	5,25%	4,95%	4,88%	5,88%	6,16%
4 noches	6,32%	5,76%	5,23%	5,72%	5,70%

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

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE PORCENTAJES POR VIAJE



## 6.2 CIUDADES DE HOTEL

Los dos destinos más frecuentados en España, Madrid y Barcelona, presentan pequeñas fluctuaciones.

A pesar de estas sutiles oscilaciones en los porcentajes, Madrid se mantiene en el primer puesto del ranking a lo largo de todo el periodo analizado, casi doblando el porcentaje que presenta Barcelona a lo largo del mismo periodo.

	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Madrid</b>	19,08%	17,84%	17,47%	18,24%	17,23%
<b>Barcelona</b>	9,42%	10,37%	9,02%	8,94%	9,09%
<b>Sevilla</b>	4,53%	3,06%	2,86%	2,82%	2,84%
<b>Zaragoza</b>	2,14%	2,17%	2,17%	2,35%	2,36%
<b>Valencia</b>	4,02%	5,12%	2,30%	2,30%	2,22%
<b>Bilbao</b>	1,99%	1,96%	1,89%	1,92%	1,96%
<b>Londres</b>			1,16%	1,42%	1,52%
<b>Malaga</b>	1,57%	1,63%	1,44%	1,50%	1,48%
<b>Alicante</b>				1,17%	1,41%
<b>A Coruña</b>		1,43%	1,16%	1,25%	1,13%
<b>Granada</b>	1,29%				
<b>Santa Cruz De Tenerife</b>	1,33%	1,33%	1,12%		
<b>Pamplona</b>	1,66%	1,27%			

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

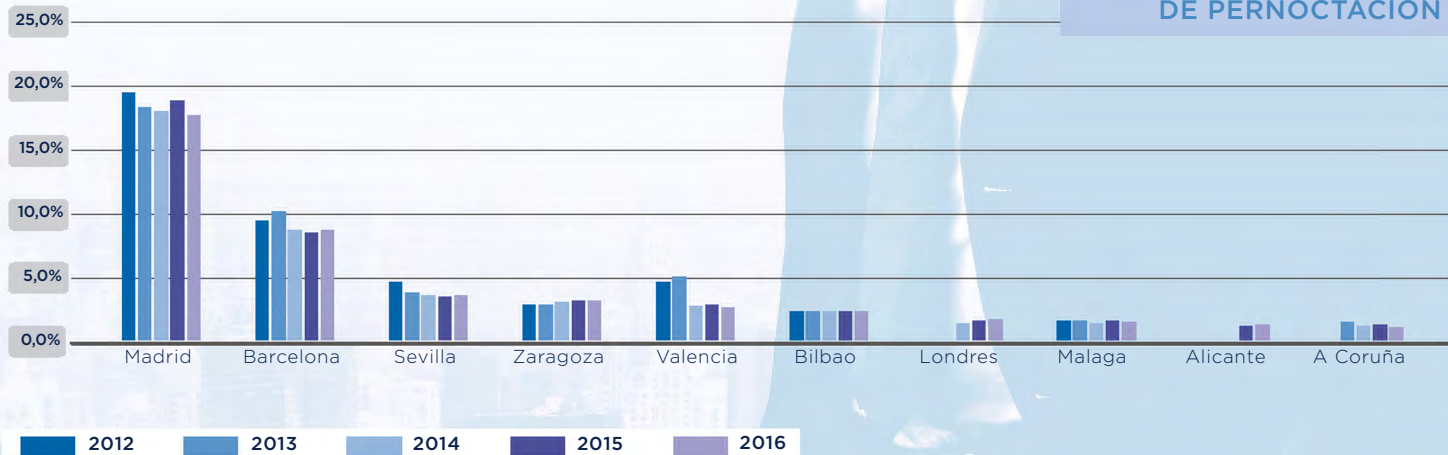
**LONDRES**  
**ÚNICA CIUDAD**  
**EXTRANJERA**

Sevilla, que está en tercer lugar, ha ido perdiendo importancia de forma significativa, pasando de 4,53% a 2,84%. Algo parecido ha pasado con Valencia que pasa del 4,02% al 2,22%.

Existen ciudades que han ido apareciendo en los lugares top 10 de pernoctación a lo largo de los últimos años. Sirvan como ejemplo, A Coruña en 2013, Londres en 2014, y Alicante en 2015. Londres, por otra parte, es la única ciudad de hotel extranjera, que aparece en el top 10.

Por otro lado, también se da el caso de ciudades que han ido desapareciendo de la lista de los top 10. Obsérvese por ejemplo, Granada en 2013, Pamplona en 2014 y Santa Cruz de Tenerife en 2015.

**EVOLUCIÓN DESTINOS DE PERNOCTACIÓN**





7

AGENCIAS  
DE VIAJE



# 7.1 PAGOS CON SERVICE FEE

A modo de recordatorio para el lector:

### “SERVICE FEE”

es un coste transaccional también llamado cargo por emisión del billete de avión, tren u otro servicio que remunera a la agencia de viajes.

### “MANAGEMENT FEE”

es otra forma de retribución a la agencia de viajes, basada en una negociación global entre ésta y el cliente corporativo.

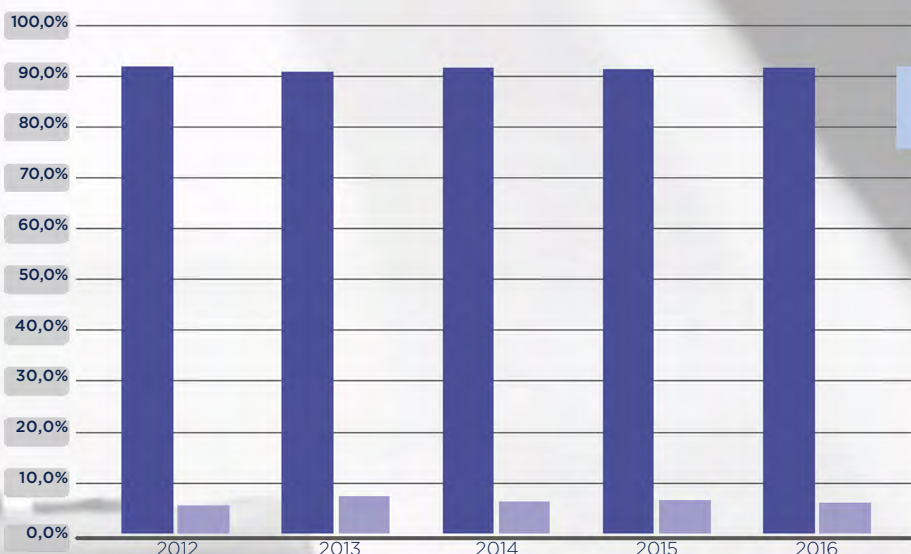
LAS EMPRESAS PREFIEREN “SERVICE FEE”

En estas tablas reflejamos la existencia o no, de “service fees” en las transacciones realizadas vía agencia, lo que a su vez, no excluye la existencia de acuerdos de remuneración, entre estas mismas empresas y la agencia de viajes, como puede ser el caso de la “management fee”.

Estos acuerdos, en contraposición a las “service fees”, no se verían reflejados en el informe, ya que depende de las negociaciones entre la agencia de viajes y el cliente.

En los últimos años, no existen, prácticamente, cambios en el acuerdo de cobro de service fees con las agencias de viajes. La gran mayoría de las empresas apuesta por este modelo a la hora de remunerar a las agencias de viajes por sus servicios.

	2012	2013	2014	2015	2016
Con Service Fee	94,79%	92,36%	93,74%	93,04%	93,79%
Sin Service Fee	5,21%	7,64%	6,26%	6,96%	6,21%



EVOLUCIÓN DE LOS PAGOS CON/SIN SERVICE FEE

■ Con Service Fee  
■ Sin Service Fee



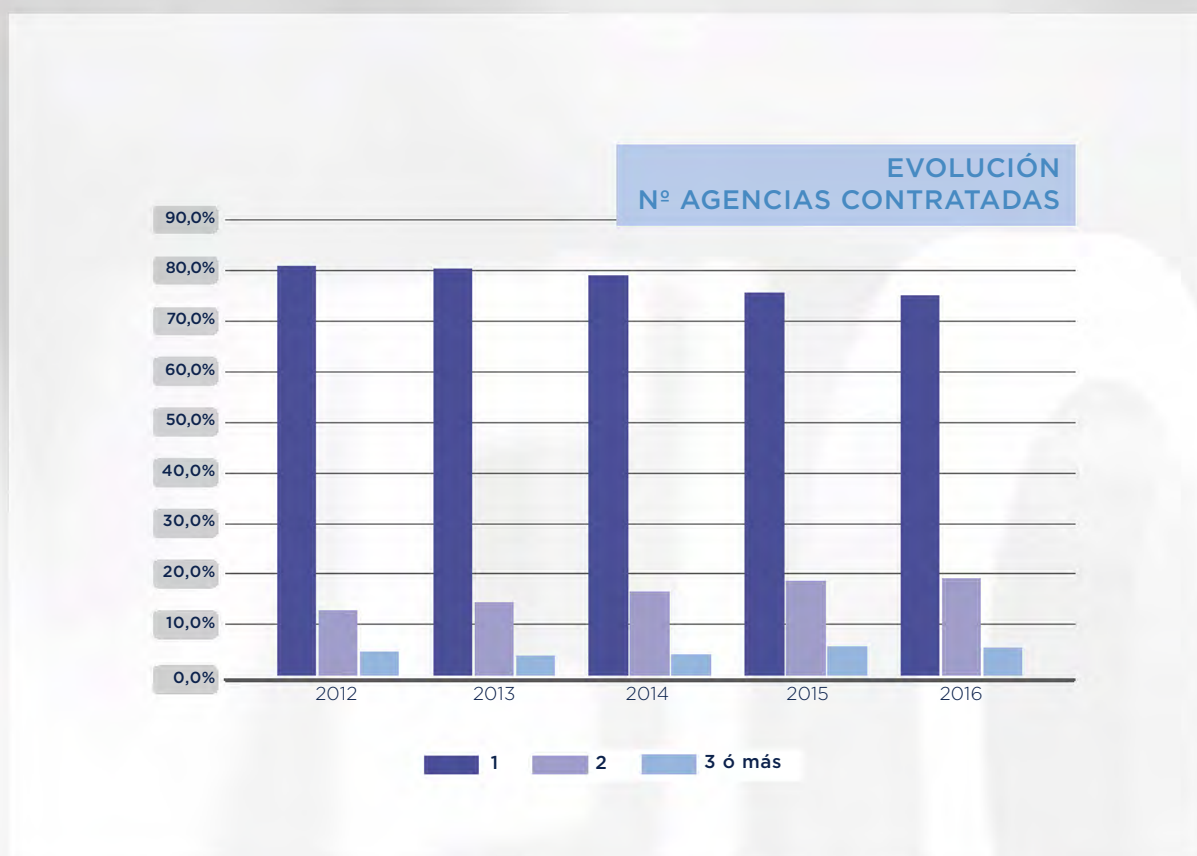
# 7.2 NÚMERO DE AGENCIAS POR EMPRESA

En los últimos años, se muestra una tendencia descendente en el porcentaje de clientes que utilizan una sola agencia de viajes como proveedor.

Este coeficiente ha pasado del 81,96% al 76,57%. Por el contrario, existe una clara subida de los clientes que se decantan por la contratación de dos agencias de viajes, pasando éstos del 14,43% al 19,65% en 5 años.

	2012	2013	2014	2015	2016
1 agencia	81,96%	80,83%	80,00%	77,20%	76,57%
2 agencias	14,43%	16,17%	16,70%	19,00%	19,65%
3 ó más agencias	3,61%	3,01%	3,30%	3,80%	3,77%

**MAYOR USO DE DOS AGENCIAS**





# CONCLUSIONES

En este Benchmarking, el gráfico que menos varía, es el de la distribución mensual de los gastos corporativos, debido a la alta estacionalidad de la actividad empresarial objeto de este estudio, que se viene repitiendo año tras año.

Si bien la distribución de gastos en línea aérea, con la Diners Club Travel Account, bajan paulatinamente a favor de los gastos de hotel y alquiler de coche, también queda patente que, con la recuperación económica, las agencias de viajes son capaces de cobrar en una mayor proporción, una service fee.

Iberia, en los cinco años que abarca nuestro estudio, disminuye su cuota en gastos corporativos aéreos, en 10 puntos porcentuales, en base al número de operaciones e incluso en 20 puntos porcentuales, en lo que se refiere a su volumen de facturación. Si bien, las aerolíneas españolas Vueling y Air Europa, compensan los 10 puntos porcentuales perdidos de Iberia en número de operaciones, cuando analizamos la tendencia a nivel de facturación, el crecimiento de las demás aerolíneas está más distribuido, incluyendo también en el reparto, compañías aéreas europeas y de otros continentes.

En lo que se refiere a los precios promedio, casi todas las líneas aéreas europeas bajan de coste del 2012 al 2016, mientras que, en lo relativo a los vuelos directos, son sobre todo los vuelos al extranjero, los que bajan de precio.

En los destinos aéreos españoles, gana año tras año popularidad Barcelona, mientras que fuera de España, presenta un crecimiento importante el destino de Munich. Los vuelos domésticos han ido perdiendo importancia en los últimos años, hasta tener una mayor cuota los vuelos internacionales, concretamente debido al peso específico de los destinos europeos en este porcentaje de crecimiento.

Sorprendentemente, todos los destinos de RENFE, Madrid y Barcelona incluidos, han disminuido sus porcentajes como destino corporativo.

Ocurre algo parecido con los destinos con pernoctación en hotel, aunque de forma menos acusada.

Con respecto a los pagos a agencia de viajes, la distribución entre pago por management fee y pago con service fee se mantiene relativamente estable, aunque sí llama la atención que ha ido creciendo continuamente el número de clientes de Diners Club que prefiere trabajar con dos agencias, en vez de una.

