

La Demanda de Viajes en Grandes Empresas

(Abril de 2017 – 3ª edición)

Objeto del estudio y principales contenidos

DBK presenta la tercera edición de su *Informe Especial La Demanda de Viajes en Grandes Empresas*, en el cual se ofrece información detallada sobre la **demanda de viajes de 150 empresas** con más de 100 millones de euros de facturación, así como sobre sus **proveedores** en este ámbito: **agencias de viajes, cadenas hoteleras, compañías aéreas y empresas de rent a car**. El estudio, elaborado a partir de entrevistas telefónicas con **travel managers** y **responsables de contratación de viajes** de las empresas analizadas, incorpora **para cada una de las 150 empresas** la siguiente información:

- ⇒ La **facturación**, el **gasto en viajes**, la participación y la tendencia de los **viajes al extranjero** y de los **viajes contratados por internet**
- ⇒ El **grado de centralización** y la **forma mayoritaria de contratación** (indirecta a través de agencias de viajes, directa con proveedores) de billetes de transporte, reservas hoteleras y servicios de rent a car
- ⇒ El **número de agencias de viajes** con las que trabajan y el **nombre** de las principales
- ⇒ La **principal agencia de viajes** con la que trabajan, su **antigüedad** y la disposición de **implants**
- ⇒ La **presión comercial** recibida de otras agencias de viajes en el último año
- ⇒ El nombre de las **cadenas hoteleras, compañías aéreas y empresas de rent a car** con las que mantienen **acuerdos**
- ⇒ Las **principales cadenas hoteleras, compañías aéreas y empresas de rent a car** con las que trabajan

Asimismo, el informe recoge **resultados agregados** referentes al **grado de centralización** y la **forma de contratación** de los viajes, la **utilización de internet** en este ámbito, las **cuotas** de las principales agencias de viajes, cadenas hoteleras, compañías aéreas y empresas de rent a car y el grado de **satisfacción** de las empresas con las agencias de viajes.

Contenidos de la ficha de empresa (para cada una de las 150 empresas analizadas)

Datos de identificación y actividad

- Nombre de la empresa
- Dirección
- Teléfono
- Área de actividad
- Facturación
- Plantilla
- Titularidad del capital (español/extranjero)

Demanda de viajes

- Gasto en viajes en 2016 (intervalo) y tendencia
- Participación de los viajes al extranjero y tendencia
- Participación de los viajes contratados a través de internet y tendencia
- Grado de centralización en la contratación de viajes y disposición de *travel manager*
- Forma mayoritaria de contratación de los servicios (agencias/proveedores) y tendencia
 - Billetes de transporte
 - Reservas hoteleras
 - Reservas de rent a car

Agencias de viajes

- Nombre de las principales agencias con las que trabaja
- Nombre y antigüedad de la principal agencia
- Disposición de *implant*
- Presión comercial recibida de otras agencias
- Conocimiento de agencias virtuales y agencias de viajes de empresa

Cadenas hoteleras

- Nombre de las principales cadenas con las que mantiene acuerdos
- Principales cadenas con las que trabaja

Compañías aéreas

- Nombre de las principales compañías con las que mantiene acuerdos
- Principales compañías con las que trabaja

Empresas de rent a car

- Nombre de las empresas con las que mantiene acuerdos
- Principales empresas con las que trabaja

Los resultados detallados de las empresas se ofrecen tanto en soporte papel como en **formato base de datos** (Access).

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La tercera edición del **Informe Especial** de DBK “La Demanda de Viajes en Grandes Empresas” cuenta con una extensión de 243 páginas y está estructurado conforme al siguiente esquema de contenidos:

ÁMBITO DEL ESTUDIO

PRINCIPALES RESULTADOS AGREGADOS

1. Localización, titularidad y tamaño de las empresas

- Tabla 1. Distribución de las empresas por comunidades autónomas.
- Tabla 2. Distribución de las empresas por áreas de actividad.
- Tabla 3. Distribución de las empresas por estratos de facturación.
- Tabla 4. Distribución de las empresas por tamaño de plantilla.
- Tabla 5. Distribución de las empresas por nacionalidad del capital (español, extranjero).

2. Demanda de viajes

- Tabla 6. Distribución de las empresas en función del gasto en viajes en 2016.
- Tabla 7. Distribución de las empresas en función de la tendencia del gasto en viajes (creciente, mantenimiento, decreciente).
- Tabla 8. Distribución de las empresas en función del porcentaje que los viajes al extranjero supusieron sobre el gasto en viajes en 2016.
- Tabla 9. Distribución de las empresas en función de la tendencia del porcentaje que los viajes al extranjero suponen sobre el gasto en viajes (creciente, mantenimiento, decreciente).
- Tabla 10. Distribución de las empresas en función del porcentaje que la contratación a través de internet supuso sobre el gasto en viajes en 2016.
- Tabla 11. Distribución de las empresas en función de la tendencia del porcentaje que la contratación a través de internet supone sobre el gasto en viajes (creciente, mantenimiento, decreciente).
- Tabla 12. Distribución de las empresas en función de la disposición de la figura de *travel manager*. Total muestra.
- Tabla 13. Distribución de las empresas en función de la disposición de la figura de *travel manager*. Resultados en las principales comunidades autónomas.
- Tabla 14. Distribución de las empresas en función de la disposición de la figura de *travel manager*. Resultados en las principales áreas de actividad.
- Tabla 15. Distribución de las empresas en función de la disposición de la figura de *travel manager*. Resultados por estratos de facturación.
- Tabla 16. Distribución de las empresas en función de la disposición de la figura de *travel manager*. Resultados por nacionalidad del capital.
- Tabla 17. Distribución de las empresas en función del grado de centralización en la contratación de los viajes. Total muestra.
- Tabla 18. Distribución de las empresas en función del grado de centralización en la contratación de viajes. Resultados en las principales áreas de actividad.
- Tabla 19. Distribución de las empresas en función del tipo de gestión en la contratación de los viajes. Resultados por estratos de facturación.
- Tabla 20. Distribución de las empresas en función de la forma de contratación de los billetes de transporte.
- Tabla 21. Distribución de las empresas en función de la forma de contratación de las reservas hoteleras.
- Tabla 22. Distribución de las empresas en función de la forma de contratación de las reservas de rent a car.
- Tabla 23. Distribución de las empresas en función de la tendencia en la forma de contratación de los viajes (canal que más crece)

3. Agencias de viajes

3.1. Principales agencias

- Tabla 24. Distribución de las empresas en función del número de agencias de viajes con las que trabaja (una, más de una).
- Tabla 25. Grado de penetración de las principales agencias de viajes de las empresas. Total muestra.
- Tabla 26. Grado de penetración de las principales agencias de viajes como primera agencia de las empresas. Total muestra.
- Tabla 27. Grado de penetración de las principales agencias de viajes como primera agencia de las empresas. Resultados en Madrid.
- Tabla 28. Grado de penetración de las principales agencias de viajes como primera agencia de las empresas. Resultados en Cataluña.
- Tabla 29. Grado de penetración de las principales agencias de viajes como primera agencia de las empresas. Resultados en industria y energía.
- Tabla 30. Grado de penetración de las principales agencias de viajes como primera agencia de las empresas. Resultados en el resto de sectores.
- Tabla 31. Grado de penetración de las principales agencias de viajes como primera agencia de las empresas. Resultados en las empresas de más de 500 millones de euros de facturación.
- Tabla 32. Grado de penetración de las principales agencias de viajes como primera agencia de las empresas. Resultados en las empresas de hasta 500 millones de euros de facturación.
- Tabla 33. Grado de penetración de las principales agencias de viajes como primera agencia de las empresas. Resultados en las empresas de capital español.
- Tabla 34. Grado de penetración de las principales agencias de viajes como primera agencia de las empresas. Resultados en las empresas de capital extranjero.
- Tabla 35. Grado de penetración de las principales agencias de viajes como primera agencia de las empresas. Resultados en las empresas con un gasto en viajes de más de 1 millón de euros.
- Tabla 36. Grado de penetración de las principales agencias de viajes como primera agencia de las empresas. Resultados en las empresas con un gasto en viajes de hasta 1 millón de euros.
- Tabla 37. Grado de penetración de las principales agencias de viajes como primera agencia de las empresas. Resultados en las empresas con una participación de los viajes al extranjero de más del 50%.
- Tabla 38. Grado de penetración de las principales agencias de viajes como primera agencia de las empresas. Resultados en las empresas con una participación de los viajes al extranjero de hasta el 50%.

Tabla 39. Grado de penetración de las principales agencias de viajes como primera agencia de las empresas. Resultados en las empresas que utilizan internet como vía de contratación de una parte de los viajes.

Tabla 40. Grado de penetración de las principales agencias de viajes como primera agencia de las empresas. Resultados en las empresas que no utilizan internet como vía de contratación de los viajes.

Tabla 41. Grado de penetración de las principales agencias de viajes como primera agencia de las empresas. Resultados en las empresas que disponen de *travel manager*.

Tabla 42. Grado de penetración de las principales agencias de viajes como primera agencia de las empresas. Resultados en las empresas que no disponen de *travel manager*.

Tabla 43. Distribución de las empresas en función de la antigüedad de la primera agencia de viajes en 2016.

Tabla 44. Distribución de las empresas en función de si la primera agencia de viajes en 2016 tiene personal ubicado en la sede la compañía (implant).

3.2. Grado de satisfacción con la primera agencia

Tabla 45. Grado de satisfacción de las empresas con la primera agencia de viajes en 2016: precio.

Tabla 46. Grado de satisfacción de las empresas con la primera agencia de viajes en 2016: agilidad/ capacidad de respuesta.

Tabla 47. Grado de satisfacción de las empresas con la primera agencia de viajes en 2016: asesoramiento en la contratación.

Tabla 48. Grado de satisfacción de las empresas con la primera agencia de viajes en 2016: satisfacción global.

Tabla 49. Grado de satisfacción medio de las empresas con su primera agencia de viajes en 2016: precio, agilidad/capacidad de respuesta, asesoramiento en la contratación, satisfacción global.

3.3. Presión comercial y conocimiento de agencias virtuales y agencias de empresa

Tabla 50. Distribución de las empresas en función de si han recibido llamadas u otras comunicaciones comerciales de agencias de viajes en 2016.

Tabla 51. Principales agencias de viajes de las que se han recibido llamadas u otras comunicaciones comerciales en 2016.

Tabla 52. Principales agencias de viajes virtuales y portales de reservas on line conocidas por las empresas.

Tabla 53. Principales agencias de viajes de empresa conocidas por las empresas.

4. Cadenas hoteleras

Tabla 54. Distribución de las empresas en función de si mantienen acuerdos con cadenas hoteleras.

Tabla 55. Grado de penetración de las principales cadenas hoteleras con las que las empresas mantienen acuerdos. Total muestra.

Tabla 56. Grado de penetración de las principales cadenas hoteleras con las que las empresas trabajan en 2016. Total muestra.

Tabla 57. Grado de penetración de las principales cadenas hoteleras con las que las empresas trabajaron en 2016. Resultados en Madrid.

Tabla 58. Grado de penetración de las principales cadenas hoteleras con las que las empresas trabajaron en 2016. Resultados en Cataluña.

Tabla 59. Grado de penetración de las principales cadenas hoteleras con las que las empresas trabajaron en 2016. Resultados en las empresas de más de 500 millones de euros de facturación.

Tabla 60. Grado de penetración de las principales cadenas hoteleras con las que las empresas trabajaron en 2016. Resultados en las empresas de hasta 500 millones de euros de facturación.

Tabla 61. Grado de penetración de las principales cadenas hoteleras como primera cadena hotelera con la que las empresas trabajaron en 2016. Total muestra.

5. Compañías aéreas

Tabla 62. Distribución de las empresas en función de si mantienen acuerdos con compañías aéreas.

Tabla 63. Grado de penetración de las principales compañías aéreas con las que las empresas mantienen acuerdos. Total muestra.

Tabla 64. Grado de penetración de las principales compañías aéreas con las que las empresas trabajan. Total muestra.

Tabla 65. Grado de penetración de las principales compañías aéreas con las que las empresas trabajaron en 2016. Resultados en Madrid.

Tabla 66. Grado de penetración de las principales compañías aéreas con las que las empresas trabajaron en 2016. Resultados en Cataluña.

Tabla 67. Grado de penetración de las principales compañías aéreas con las que las empresas trabajaron en 2016. Resultados en las empresas de más de 500 millones de euros de facturación.

Tabla 68. Grado de penetración de las principales compañías aéreas con las que las empresas trabajaron en 2016. Resultados en las empresas de hasta 500 millones de euros de facturación.

Tabla 69. Grado de penetración de las principales compañías aéreas con las que las empresas trabajaron en 2016. Resultados en las empresas con una participación de los viajes al extranjero de más del 50%.

Tabla 70. Grado de penetración de las principales compañías aéreas con las que las empresas trabajaron en 2016. Resultados en las empresas con una participación de los viajes al extranjero de hasta el 50%.

Tabla 71. Grado de penetración de las principales compañías aéreas como primera compañía aérea con la que las empresas trabajaron en 2016. Total muestra.

6. Empresas de rent a car

Tabla 72. Distribución de las empresas en función de si mantienen acuerdos con empresas de rent a car.

Tabla 73. Grado de penetración de las principales empresas de rent a car con las que las empresas mantienen acuerdos. Total muestra.

Tabla 74. Grado de penetración de las principales empresas de rent a car con las que las empresas trabajaron en 2016. Total muestra.

Tabla 75. Grado de penetración de las principales empresas de rent a car con las que las empresas trabajaron en 2016. Resultados en Madrid.

Tabla 76. Grado de penetración de las principales empresas de rent a car con las que las empresas trabajaron en 2016. Resultados en Cataluña.

Tabla 77. Grado de penetración de las principales empresas de rent a car con las que las empresas trabajaron en 2016. Resultados en las empresas de más de 500 millones de euros de facturación.

Tabla 78. Grado de penetración de las principales empresas de rent a car con las que las empresas trabajaron en 2016. Resultados en las empresas de hasta 500 millones de euros de facturación.

Tabla 79. Grado de penetración de las principales empresas de rent a car como primera compañía de rent a car con la que las empresas trabajaron en 2016. Total muestra.

FICHAS DE LAS 150 EMPRESAS ANALIZADAS