



BALANCE POLÍTICA COMERCIAL 2013 Y NOVEDADES 2014



1 | BALANCE POLÍTICA COMERCIAL 2013

2 | POLÍTICA COMERCIAL 2014

POLÍTICA COMERCIAL AVE/LD 2013

SITUACIÓN DE PARTIDA

- El AVE ofrecía precios altos y tarifas poco flexibles
- Nivel de ocupación mejorable. Bajo aprovechamiento de las inversiones
- Escasa captación de nuevos clientes
- Poca utilización entre los jóvenes

OBJETIVOS

- Precios más asequibles para todos
- Incrementar el nivel de ocupación de los trenes
- Modernizar y adaptar la oferta a la demanda
- Captar más viajeros
- Ser más eficientes

POLÍTICA COMERCIAL AVE/LD 2013

LAS MEDIDAS MÁS RELEVANTES

AVE	Tarifa General: -11%
AVE/LD	Ida y vuelta: -20%
AVE	Bono AVE: -35%
AVE/LD	PROMO: hasta -70%
AVE/LD	TARJETA JOVEN RENFE: -30%
AVE/LD	MÁS FRECUENCIAS Y NUEVAS RUTAS

POLÍTICA COMERCIAL AVE/LD 2013

AVE

Tarifa General



Se reduce en un 11% en las clases Turista y Turista Plus para todos los trenes que se comercializan como producto AVE con márgenes tarifarios mucho más flexibles



11%

POLÍTICA COMERCIAL AVE/LD 2013

AVE/LD

Ida y vuelta



Esta tarifa tiene el descuento del 20% sobre la Tarifa General/Base, pero se separa el billete de ida del de vuelta haciéndolo más flexible para el viajero

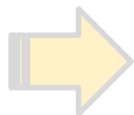


20%

POLÍTICA COMERCIAL AVE/LD 2013

AVE

Bono AVE



Es un abono de 10 viajes, con un origen y destino concreto, unipersonal, nominativo e intransferible. Su período de validez es de 4 meses y comporta descuentos del 35% sobre la Tarifa General

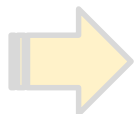


35%

POLÍTICA COMERCIAL AVE/LD 2013

AVE/LD

PROMO



Tarifa que permite descuentos de hasta 70% sobre la Tarifa General. Los precios son variables en función del tren y el momento de compra y no se permite ni la anulación ni el cambio de billete



hasta 70%

POLÍTICA COMERCIAL AVE/LD 2013

AVE/LD

TARJETA JOVEN RENFE



Está dirigida a jóvenes de entre 14 y 26 años. Su coste asciende a 20 euros + IVA, es válida para AVE y Larga distancia, y tiene una validez de un año. Reporta un descuento del 30%



30%

POLÍTICA COMERCIAL AVE/LD 2013

AVE/LD

MÁS FRECUENCIAS Y NUEVAS RUTAS



Trenes de Larga Distancia para conectar el Norte con el Levante y Sur peninsular: Gijón-León-Cádiz, Gijón-León-Valencia-Castellón, Santander-Cádiz (verano), Bilbao-Málaga (verano)



Billetes integrados para combinar con autobús: nuevos destinos a la Costa del Sol y a la costa levantina



Potenciación en 2013 de los trenes turísticos: 'Al Andalus', 'Transcantábrico', 'Tren de los Faros', 'Tren de las Camelias', 'Campos de Castilla', 'Tren Medieval' o 'El Canfranco'

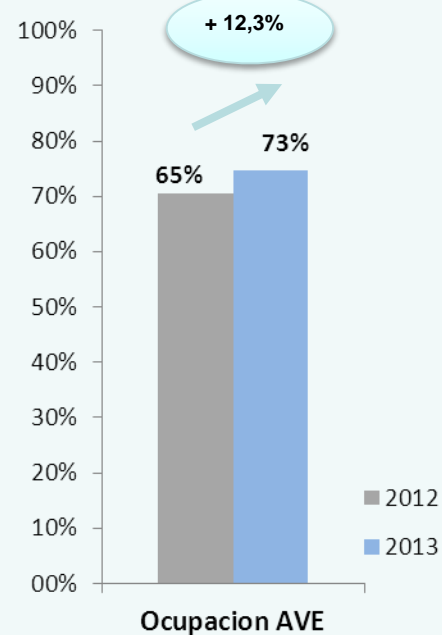
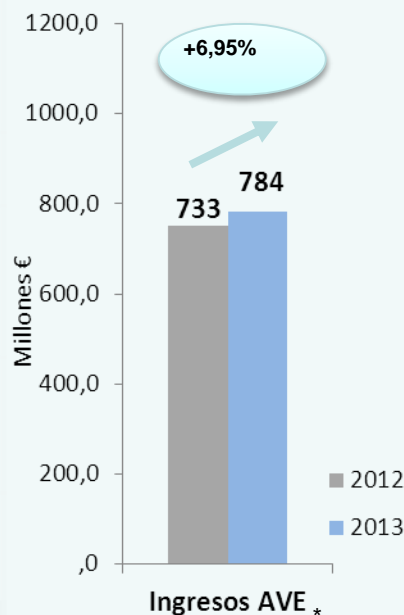
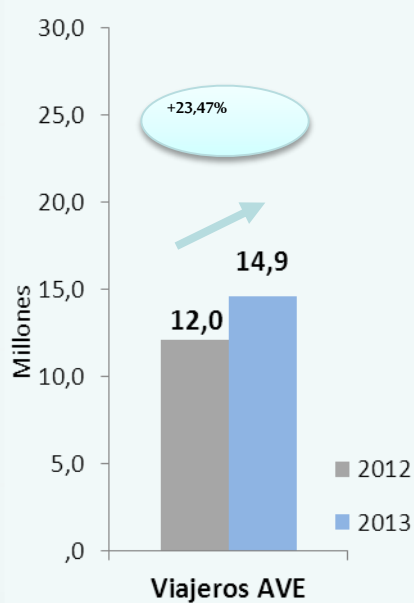


'RenfeSpain Pass' es un pase con el que los visitantes extranjeros pueden realizar hasta 12 viajes por un precio competitivo. De junio de 2012 a diciembre de 2013 se han vendido casi 15.000 pases (2,6M€)

POLÍTICA COMERCIAL AVE/LD 2013

RESULTADOS PRIMER AÑO (feb 2013-feb 2014)

- El AVE crece en viajeros (**23,47%**), hasta los 14,9 millones, y en ingresos (**6,95%**), hasta los 784 millones de euros. Y mejora su ocupación **un 12,3%**. 2.834.012 nuevos clientes en un solo año



(*) Ingresos netos AVE: provisionales a falta de cierre contable

POLÍTICA COMERCIAL AVE/LD 2013

AVE

CRECE EL NÚMERO DE VIAJEROS

↑ 23,47%

POLÍTICA COMERCIAL AVE/LD 2013

AVE

AUMENTAN LOS INGRESOS

↑ 6,95%

POLÍTICA COMERCIAL AVE/LD 2013

AVE

CRECE LA OCUPACIÓN

La ocupación media de los trenes AVE ha mejorado un 12,3%

↑ 12,3%

AVE

SE REDUCE EL PRECIO MEDIO



El precio medio del billete por viajero en clase Turista ha descendido un 27,5% sobre la tarifa general

↓ 27,5%

POLÍTICA COMERCIAL AVE/LD 2013

LD

CRECE EL NÚMERO DE VIAJEROS



En el resto de servicios de Larga Distancia, el número total de viajeros ha crecido un 7,64%, 760.533 nuevos clientes.

 7,64%

POLÍTICA COMERCIAL AVE/LD 2013

AVE/LD

A LA VANGUARDIA TECNOLÓGICA

- ➔ 4,8 millones de clientes con billete en el móvil
- ➔ App Renfe Ticket para compra y gestión de billetes en móviles: casi 200.000 descargas en solo dos meses
- ➔ El 44,85% de los viajes AVE se han vendido por Internet, con un crecimiento de un 48,24% sobre el año anterior



1 BALANCE COMERCIAL 2013

2 POLITICA COMERCIAL 2014

POLITICA COMERCIAL 2014

AVE/LD

OBJETIVOS



Política de precios accesibles para los ciudadanos



Contribución a la sostenibilidad del transporte



Servicio personalizado e integral



Facilitar la intermodalidad

POLITICA COMERCIAL 2014

Política de precios

- ➔ Tarifa general: descuento del 11%
- ➔ Ida y vuelta: descuento del 20%
- ➔ Bono AVE: descuento del 35%
- ➔ Bono Multi AVE: descuentos desde el 35% al 50%
- ➔ Promos: descuento de hasta el 70%
- ➔ Tarjeta Joven Renfe: se rebaja el precio de la tarjeta de 20€ a 10€ - descuento del 30%

Sostenibilidad en el transporte

- ➔ Reducción de emisiones

Servicio personalizado e integral

- ➔ Equipaje 'puerta a puerta'
- ➔ Nuevo Programa de Fidelización
- ➔ Puntos 'Última Hora'
- ➔ Coche en silencio en el AVE
- ➔ Proyecto piloto de WIFI en AVE
- ➔ Apuesta por trenes 'charter'

Intermodalidad y nuevas rutas

- ➔ Nuevas rutas combinadas
- ➔ Nueva oferta de trenes turísticos
- ➔ Red de Ciudades AVE

POLITICA COMERCIAL 2014

AVE

POLÍTICA DE PRECIOS: BONO MULTI AVE



Descuento desde el 35% hasta el 50%



Podrá utilizarse en cualquiera de las líneas AVE hasta consumir el importe pagado



Se podrá elegir entre una duración de 4 a 6 meses y se podrá adquirir desde 750 a 2.000 euros

POLITICA COMERCIAL 2014

AVE

POLÍTICA DE PRECIOS: BONO MULTI AVE

4 MESES

750 € - 35%

1.000 € - 40%

1.500 € - 45%

2.000 € - 50%

6 MESES

750 € - 30%

1.000 € - 35%

1.500 € - 40%

2.000 € - 45%

POLITICA COMERCIAL 2014

AVE/LD

SOSTENIBILIDAD DEL TRANSPORTE



Los 3,6 millones de nuevos viajeros que se han incorporado al AVE/LD en 2013 contribuyeron a la reducción de emisiones del transporte de 88.000 toneladas de CO₂ (*)



Por cada punto de crecimiento del tráfico AVE se evita la emisión de unas 9.000 toneladas de CO₂

(*) Datos del estudio 'UIC High Speed Energy Consumption and Emission'

POLÍTICA COMERCIAL 2014



AVE/LD

SERVICIO PERSONALIZADO E INTEGRAL

1. SERVICIO DE EQUIPAJES 'PUERTA A PUERTA'

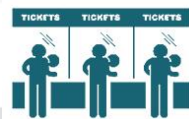
Recogida y entrega de equipajes desde el origen hasta el destino (domicilio, crucero, hotel...)

Entrega en 48 horas para destinos nacionales

Servicio para clientes de AVE/LD o Trenes Turísticos

'Tarifa plana' con el mejor precio de mercado

Posibilidad de contratación a través del nuevo programa de fidelización



POLÍTICA COMERCIAL 2014



AVE/LD

SERVICIO PERSONALIZADO E INTEGRAL

1. SERVICIO DE EQUIPAJES 'PUERTA A PUERTA'

Características del equipaje:

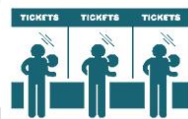
HABITUAL – maletas, bolsos de mano, mochilas, maletines, etc.

ESPECIAL – esquís, carritos de bebé, bicicletas, etc.

Máximo 3 BULTOS por billete

Peso máximo: 25 kg. por bulto

Medidas máx.: 150 cm.(alto), 70 cm.(ancho), 50 cm.(prof.)



POLÍTICA COMERCIAL 2014

AVE/LD

SERVICIO PERSONALIZADO E INTEGRAL

2. NUEVO PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN: **TARJETA RENFE**

Más prestaciones y servicios de valor añadido

Reducción de umbrales de consumo para acceder antes a las Tarjetas **Renfe Oro** y **Renfe Platino**, con más ventajas

Objetivos: FIDELIZAR a nuevos clientes y PREMIAR a los 595.000 clientes suscritos al programa actual



POLÍTICA COMERCIAL 2014

AVE/LD

SERVICIO PERSONALIZADO E INTEGRAL

➔ 2. NUEVO PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN: **TARJETA RENFE**

➔ El nuevo programa mantiene la relación: '1 punto Renfe = 1 €' por ser uno de los puntos fuertes del programa actual que lo diferencia de otros programas de fidelización, aportando transparencia y sencillez de cara al cliente

POLÍTICA COMERCIAL 2014

AVE/LD

SERVICIO PERSONALIZADO E INTEGRAL

➔ 2. NUEVO PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN: **TARJETA RENFE**

➔ AMPLIACIÓN DE PRESTACIONES

➔ Nuevo servicio de atención telefónica personalizada para Tarjetas Platino

➔ Creación de un buzón de correo especial para Tarjetas Platino

➔ Promociones y descuentos especiales segmentados por nivel de tarjeta: posibilidad de 'upgrading' de servicios

POLÍTICA COMERCIAL 2014

AVE/LD

SERVICIO PERSONALIZADO E INTEGRAL

3. 'ÚLTIMA HORA'

Se va a aumentar el número de 'Puntos de Última Hora' ubicados en las zonas de embarque de las principales estaciones

Cambios de última hora y formalización del Bono AVE



POLÍTICA COMERCIAL 2014

AVE/LD

SERVICIO PERSONALIZADO E INTEGRAL



4. 'COCHE EN SILENCIO' EN EL AVE

Coches adaptados para disfrutar del viaje en condiciones de tranquilidad, de ausencia de ruido

POLÍTICA COMERCIAL 2014

AVE/LD

SERVICIO PERSONALIZADO E INTEGRAL



5. PROYECTO PILOTO WIFI EN AVE

POLÍTICA COMERCIAL 2014

AVE/LD

INTERMODALIDAD Y NUEVAS RUTAS



1. NUEVAS RUTAS COMBINADAS




A lo largo del año se extenderán las rutas combinadas de tren + autobús a nuevos destinos:



De Madrid y Barcelona a Benidorm, Torrevieja, Roquetas y Cazorla



Habrán autobuses combinados con el tren desde Pontevedra a Sanxenxo, desde Santiago a Finisterre, y Huesca a la ruta de Somontano en Aragón



También se establecerán servicios combinados con barco desde Algeciras a Ceuta y desde Santander a Portsmouth



Figueras: autobús de enlace entre la estación de Alta Velocidad y el centro

POLÍTICA COMERCIAL 2014

AVE/LD

INTERMODALIDAD Y NUEVAS RUTAS



2. NUEVA OFERTA DE TRENES TURÍSTICOS

OFERTA ACTUAL

- 'Al Andalus'
- 'Transcantábrico'
- 'Campos de Castilla'
- 'Doncel de Sigüenza'
- 'Tren de los Faros'
- 'Tren de las Camelias'
- 'El Canfranero'

NUEVAS RUTAS

- 'Tren Termal' (Calatayud)
- 'Tarraco Viva' (Tarragona)
- 'Ribeira Sacra' (Galicia)
- 'Tren de los Jardines y Pazos' (Galicia)
- 'Train&Breakfast' (trenes temáticos por una festividad, un acontecimiento o una afición)

POLÍTICA COMERCIAL 2014

AVE/LD

INTERMODALIDAD Y NUEVAS RUTAS



3. RED DE CIUDADES AVE



Desarrollo de nuevos productos culturales y de ocio de la red de ciudades AVE