

Nota de prensa



El tráfico global de CWT ha aumentado aproximadamente un 17% en el primer semestre

La recuperación económica fomenta tanto el aumento de la demanda como la necesidad de una gestión optimizada de los viajes de negocios, las reuniones y los eventos.



(se adjunta esta foto en .jpg en el email)

París, 29 de julio de 2010 — Carlson Wagonlit Travel (CWT), líder global especializado en la gestión de viajes de empresa, gestionó 29,4 millones de transacciones¹ en todo el mundo durante los seis primeros meses de este año, un aumento del 13,2% en comparación con el mismo periodo del año anterior. El tráfico global ascendió a un total de 12.300 millones² de dólares estadounidenses, un 16,6% más que en el mismo período de 2009.

Los porcentajes de mejora han variado de una región a otra, observándose los mayores mejoras en tráfico en las zonas Latinoamérica (+48,1%) y Asia Pacífico (+43,5%). En Norteamérica, el tráfico aumentó un 18,2%, mientras que en EMEA (Europa, Oriente Medio y África) mostró un crecimiento inferior (+7,7%), reflejando una recuperación económica más lenta en la región.

CWT también registró nuevas ventas, sin incluir renovaciones de contratos existentes, por valor de 781 millones de dólares. La retención de clientes permaneció en un alto nivel, en un 96%.

Al comentar sobre la marcha de la empresa, Douglas Anderson, presidente y CEO de CWT, indicó lo siguiente: *“Los viajes de negocios vuelven a la agenda corporativa de las empresas, pero si comparamos las cifras del primer semestre de este año con las de la primera mitad de 2008, podemos ver que el tráfico no ha vuelto todavía a los niveles anteriores a la recesión. No obstante, tenemos claro que las empresas entienden perfectamente la función que juegan los viajes de negocio y las reuniones y los eventos a*

¹ Incluye el transporte terrestre, en avión y el hotel para las operaciones propias y las empresas conjuntas.

² Volumen de ventas real a tipos de cambio actuales; incluye transporte terrestre, avión y hotel para las operaciones propias y las empresas conjuntas

la hora de ayudarles a alcanzar sus objetivos con éxito. Actualmente, a medida que la recuperación económica continua, CWT está más comprometida que nunca a ofrecer soluciones eficaces e innovadoras que complementan la estrategia comercial de nuestros clientes.”

En el área de las reuniones y los eventos, CWT también ha percibido signos de recuperación económica en la primera mitad de este año. Por ejemplo, en Europa los clientes están organizando el 30% de sus reuniones fuera de su país, en comparación con el 20% de hace un año. Los destinos más populares son Barcelona, Madrid, Niza, París y Roma. Actualmente, el gasto medio por participante al día es de 175 euros frente a 150 euros del año pasado. Las cancelaciones han caído del 15% al 10%.

El Sr. Anderson indicó que los clientes de todo el mundo tratan de combinar cada vez más *“ahorro con impacto.”* Para ello, están adoptando un enfoque más estratégico para gestionar no sólo su gasto en viajes de empresa, sino también su gasto en reuniones y eventos. Esto incluye la implantación de políticas específicas, consolidación de sus equipos y proveedores internos, optimización de la gestión y el análisis de los datos, así como procesos y tecnología más eficaces. *“Las empresas se dan cuenta de que las reuniones y los eventos ayudan a avanzar a la empresa. Como resultado, quieren maximizar el rendimiento de su inversión fomentando el ahorro, la satisfacción y la eficacia general,”* ha comentado Anderson.

Acerca de Carlson Wagonlit Travel

Carlson Wagonlit Travel (CWT) es un líder global especializado en la gestión de viajes de empresa. Presente en más de 150 países, CWT presta servicio a empresas de todos los tamaños, así como a instituciones gubernamentales y organizaciones no gubernamentales. Potenciando tanto la experiencia de su gente como la tecnología innovadora, CWT ayuda a sus clientes a obtener el mayor valor de su programa de viajes en términos de ahorro, servicio, seguridad y sostenibilidad. La empresa también tiene como objetivo ofrecer el mejor servicio y la mejor asistencia a los viajeros. Los servicios y soluciones de CWT incluyen cuatro líneas de negocio: Servicios al viajero y gestión de las transacciones, Optimización de programas, Seguridad y asistencia y Reuniones y eventos. En 2009, el volumen de ventas de las operaciones propias y las empresas conjuntas ascendía a un total de 21.400 millones de dólares estadounidenses. Para más información, visite nuestra página Web global en www.carlsonwagonlit.com.

Contacto Carlson Wagonlit Travel con prensa en España:

Pilar González Tfnos: 670 793 581 – 91 540 91 13 Email: pgonzalez@carlsonwagonlit.es