

[http://www.hosteltur.com/155540\\_agencias-especializadas-business-travel-resistieron-2011.html](http://www.hosteltur.com/155540_agencias-especializadas-business-travel-resistieron-2011.html)

Hosteltur

**El corporativo creció un 3% frente a la caída del vacacional**

## **Las agencias especializadas en el business travel resistieron en 2011**

**Las empresas no renuncian a viajar**

03 / 01 / 2012 (Publicado: 02 / 01 / 2012)

El segmento de viajes de empresa ([business travel](#)) ha cerrado 2011 con un crecimiento del 3% frente a la caída del vacacional, según cifras de los grupos [Travel Advisors](#) y [Gebta](#), y de las agencias [CWT](#) y **Halcón Empresas**.

El nivel de actividad de las empresas españolas respecto a los viajes corporativos se ha ralentizado en 2011 debido a la crisis económica, no obstante las agencias de viajes confían en cerrar el ejercicio con un crecimiento de entre el 2% y el 3% en términos de 'business travel' ya que las empresas han comprendido que los viajes forman parte del negocio, según aseguran a Europa Press varios grupos y agencias especializados en viajes de empresa.

Los datos de Gebta muestran que en el año 2009 la facturación de este sector ascendió a 12.200 millones de euros, mientras que en 2010 bajó a 11.100, registrándose un leve crecimiento durante 2011. Las previsiones indican que en 2012 el crecimiento será prácticamente plano.

Los viajes de negocios son indispensables para la recuperación económica y la estabilidad de un país, por ello este tipo de viajes aumenta incluso en periodos de crisis especialmente a destinos con economías crecientes como Latinoamérica o Asia. "Las empresas van a buscar negocio donde existe demanda", según el director ejecutivo de **Carlson Wagonlit Travel (CWT)** y presidente de Gebta, **Michel Durrieu**.

En este sentido, el director general de **Travel Advisors**, **José Vallecillo**, confirma que en el último año se ha producido una modificación de hábitos en los viajes empresariales. Así, las empresas han aplicado nuevos criterios de ajustes de gastos en el capítulo de viajes y desde que comenzó la crisis la estancia se ha recortado.

### **Control de gasto**

En un contexto económico complicado las empresas españolas están optando por racionalizar los gastos en la gestión de viajes con el objetivo de asegurar la productividad. Así se elaboran políticas de viajes más restrictivas con procesos de controles más eficientes.

De la misma opinión es **David Ballesteros**, director nacional de **Halcón Empresas**, quien asegura que las políticas de viajes de las compañías son cada vez más estrictas, buscando un ahorro en lo económico y un recorte de gastos.

Entre los hábitos más perceptibles estarían la reducción de las estancias, el ajuste de categorías en hoteles y transporte, la reserva y compra anticipada o la videconferencia que se ha convertido en una herramienta que genera nuevas oportunidades de reuniones presenciales.

### **Año de transición**

Lo cierto es que la crisis de los tres últimos años ha supuesto una caída de facturación acumulada superior al 20%, aunque el año 2011 es considerado por el sector como un año de transición con indicios de recuperación.

En este contexto, las agencias de viajes asociadas a Travel Advisors, especializadas en 'business travel' y congresos, tienen previsto incrementar su facturación un 3% en 2011 hasta llegar a los 520 millones de euros.

Pese a ser un balance positivo, está todavía lejos del nivel registrado en los años anteriores a la crisis cuando se crecía por encima del 8%. "La crisis ha afectado mucho a la facturación, y los precios se mantienen pero ya están a un nivel muy bajo con poca rentabilidad", explica David Ballesteros.

### **Servicio personalizado**

Respecto a las perspectivas de futuro, los viajes de negocio avanzan hacia un servicio más personalizado con control de gastos. "Para una empresa cliente no es imprescindible una mega agencia de viajes multinacional, lo que necesita es tener a su lado un experto que sepa mostrar las mejores alternativas para su política de viajes", explicó José Vallecillo.

De este modo se constata que las compañías de viajes corporativos se van convirtiendo cada vez más en empresas consultoras que asesoran y gestionan las necesidades de los clientes optimizando sus costes.