

► ¿Quiénes somos?



Acerca de Carlson Wagonlit Travel

Los viajes de empresa son esenciales para construir mejores relaciones y cruciales para la buena marcha de cualquier negocio. Pero el viaje de empresa puede ser complejo y exigente. Complejo debido a los múltiples canales de distribución y al continuo cambio de tarifas de aerolíneas y hoteles. Exigente debido al tiempo y a la energía empleados.

Entonces, ¿cómo se enfrentan a este reto las empresas de vanguardia?

Teniendo un programa de viajes bien gestionado que proporcione un valor claro a la empresa y a sus viajeros. Un programa que facilite una perspectiva completa de las necesidades de viaje de la empresa. Un programa que ofrezca ahorros, servicio y seguridad.

Hay una compañía que entiende esto mejor que nadie: Carlson Wagonlit Travel, líder mundial especializado en viajes de empresa.

Nuestro objetivo es ayudar a que las empresas de todos los tamaños, así como instituciones gubernamentales y organizaciones no gubernamentales, optimicen su programa de viajes y proporcionen el mejor servicio y la mejor asistencia a sus viajeros.

Apoyándose en el talento y la experiencia de nuestro personal y ofreciendo una tecnología punta, en CWT ayudamos a nuestros clientes de todo el mundo a obtener ahorros y mejorar el servicio y la seguridad.

Nuestros valores

ATENCIÓN AL CLIENTE. Dar prioridad a las necesidades de los clientes y esforzarse continuamente por proporcionar un nivel excepcional de servicio.

COMPROMISO CON LA EXCELENCIA. Tratar de alcanzar continuamente niveles superiores de desempeño.

DIVERSIDAD CULTURAL. Fomentar el respeto y el espíritu de equipo en el lugar de trabajo, adoptando y potenciando la esencia multicultural de la compañía y ofreciendo igualdad de oportunidades a los talentos individuales.

FIABILIDAD. Ser un socio comercial serio y fiable, comprometido a ofrecer productos y servicios líderes en el sector.

ESPÍRITU EMPRENDEDOR. Centrarse en nuevos retos con creatividad, recursos y agilidad, reaccionando de una forma rápida y efectiva para proporcionar soluciones innovadoras.

INTEGRIDAD. Construir relaciones productivas y duraderas siendo veraces y fomentando una comunicación abierta.

Carlson Wagonlit Travel en el mundo

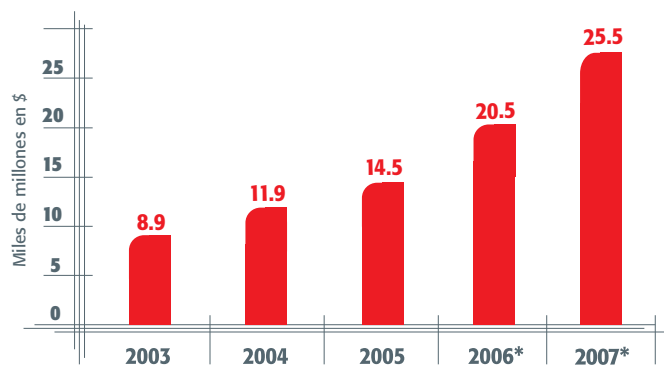
Líder mundial especializado en la gestión de viajes de empresa.

- Presente en más de 150 países y territorios.
- 22.000 empleados.
- Una diversificada cartera de clientes.
- 25.500 millones de \$ de volumen de ventas generadas en 2007, por operaciones propias de CWT y empresas conjuntas.
- Una gran cartera de clientes: grandes corporaciones, PYMES, instituciones gubernamentales y organizaciones no

gubernamentales. Entre nuestros clientes se encuentran más de la mitad de las 100 empresas de la revista Fortune Global.

- Más de 40 millones de transacciones anuales, online y offline.
- Número 1 mundial en gestión de viajes.
- Número 1 en Europa, Asia Pacífico y Latino América.
- Número 2 en América del Norte.

CRECIMIENTO DEL TRÁFICO 2003-2007



Operaciones propias y de empresas conjuntas

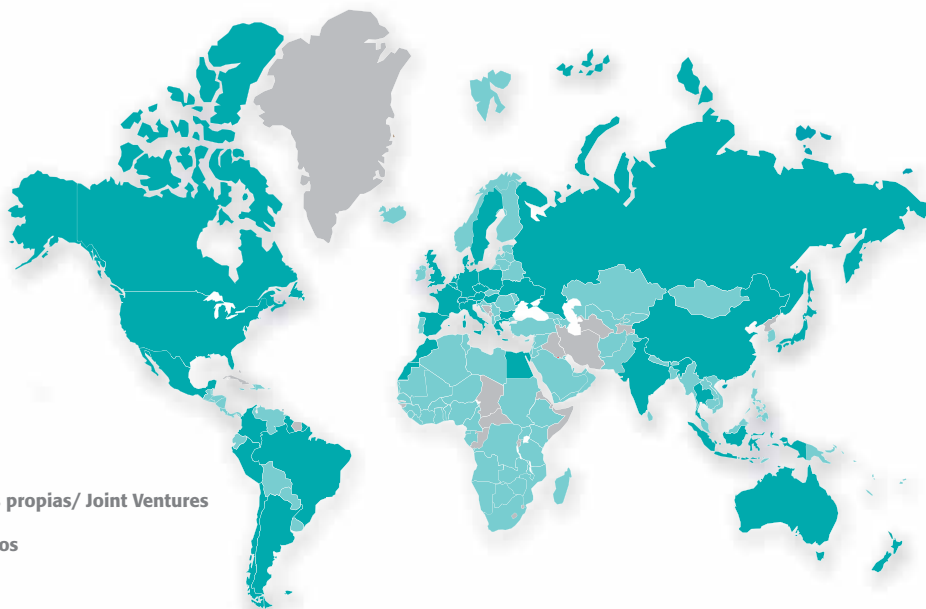
* Pro forma, incluido Navigant sobre una base de 12 meses

Presencia mundial

| | | | | | |
|----------------------------------|------------------------|------------|--------------------|-----------------------|-------------------|
| Afganistán | Croacia | Jordania | Méjico | Polonia | Sudán |
| Albania | Dinamarca | Kazajstán | Moldavia | Portugal | Suecia |
| Alemania | Ecuador | Kenya | Mónaco | Puerto Rico | Suiza |
| Algeria | Egipto | Kirguistán | Mongolia | Qatar | Tailandia |
| Angola | El Salvador | Kosovo | Montenegro | Reino Unido | Taiwán |
| Arabia Saudí | Emiratos Árabes Unidos | Kuwait | Mozambique | República Checa | Tanzania |
| Argentina | Eslovaquia | Latvia | Namibia | República de Zimbabue | Tayikistán |
| Armenia | Eslovenia | Líbano | Nepal | República Dominicana | Togo |
| Australia | España | Libia | Nicaragua | Reunión | Trinidad y Tobago |
| Austria | Estados Unidos | Lituania | Níger | Ruanda | Túnez |
| Azerbaiyán | Estonia | Luxemburgo | Nigeria | Rumania | Turquía |
| Bahrein | Etiopía | Macedonia | Noruega | Rusia | Ucrania |
| Bangladesh | Filipinas | Madagascar | Nueva Zelanda | Senegal | Uganda |
| Barbados | Finlandia | Malasia | Omán | Serbia | Uruguay |
| Bélgica | Francia | Malawi | Pakistán | Seychelles | Uzbekistán |
| Belice | Gabón | Mali | Panamá | Sierra Leona | Vanuatu |
| Benin | Gambia | Malta | Papúa Nueva Guinea | Singapur | Venezuela |
| Bhután | Georgia | Marruecos | Paraguay | Siria | Vietnam |
| Bielorusia | Ghana | Mauricio | Perú | Sri Lanka | Yemen |
| Bolivia | Grecia | Mauritania | Polinesia Francesa | Sudáfrica | Zambia |
| Botswana | Guadalupe | | | | |
| Brasil | Guatemala | | | | |
| Brunei | Guinea | | | | |
| Bulgaria | Guinea Ecuatorial | | | | |
| Burkina Faso | Haití | | | | |
| Burundi | Holanda | | | | |
| Camerún | Honduras | | | | |
| Canadá | Hong Kong | | | | |
| Chile | Hungría | | | | |
| China | India | | | | |
| Chipre | Indonesia | | | | |
| Colombia | Irlanda | | | | |
| Congo, República del | Islandia | | | | |
| Congo, República Democrática del | Islas Cook | | | | |
| Corea del Sur | Israel | | | | |
| Costa de Marfil | Italia | | | | |
| Costa Rica | Jamaica | | | | |
| | Japón | | | | |

 Oficinas propias/ Joint Ventures

 Asociados



Responsabilidad Social Corporativa

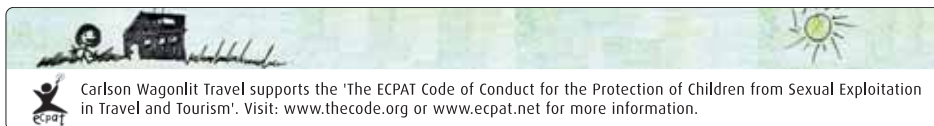
Como empresa que opera a título propio y como proveedor de servicios para organizaciones de todo el mundo, Carlson Wagonlit Travel enfoca los asuntos de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) tanto internamente como en nombre de sus clientes.

Consideramos que una parte importante de nuestra responsabilidad es fomentar el desarrollo y el bienestar de nuestros empleados, garantizar relaciones productivas con todos nuestros accionistas, proteger el medioambiente y ser buenos ciudadanos en las comunidades en las que operamos.

Los principios de una conducta ética y segura, junto con nuestros valores principales y un sentido del civismo corporativo, proporcionan el marco que guía a Carlson Wagonlit Travel tanto en sus actividades empresariales como en sus iniciativas de RSC.

Concretamente, Carlson Wagonlit Travel ha hecho de la diversidad, la implicación en el medioambiente y en la comunidad el centro de su programa de RSC.

Carlson Wagonlit Travel está ayudando a sus clientes a enfocar los temas de RSC y medioambientales permitiendo que los profesionales de la gestión de viajes y los viajeros tomen decisiones con la máxima información y puedan reducir la huella de carbono dejada por su empresa. Una calculadora de carbono utilizada en el momento de la reserva permite que los viajeros de empresa obtengan el coste de carbono de las diferentes opciones de transporte. Los informes posteriores a los viajes permiten que los gestores de viajes hagan un seguimiento de las emisiones de CO₂ y neutralicen su impacto mediante la reducción del mismo.



► Experiencia



Más de 135 años en el sector turístico, 125 años en España

Carlson Wagonlit Travel lleva más de 135 años en el mercado internacional de los viajes y, en el 2008, se cumple el 125 aniversario de la compañía en España.

Los orígenes se remontan a 1872, cuando un joven belga, Georges Nagelmackers, recoge la idea del estadounidense Pullman, que había lanzado con éxito los coches cama en Estados Unidos. Nace entonces un nombre unido ya a la leyenda: "Compagnie Internationale des Wagons-Lits", evocador de aquellos trenes de lujo que cruzaban el continente europeo, que unían occidente con oriente. La Flecha de Oro, el Transiberiano, el Orient Express son el paradigma de los viajes de una época en la que no había turistas sino viajeros, con la carga romántica propia del momento.

En 1880 se pone en marcha la línea de coches cama Madrid-Hendaya, puerta de nuestro país a Europa y, en 1883, se abre la primera agencia Wagons-Lits en España que daba ya entonces servicio en la organización de viajes.

Más adelante, en 1991, el grupo francés Accor se convierte en accionista mayoritario del Grupo Wagons-Lits y decide conservar "fonéticamente" un nombre portador de historia y éxito y darle una pronunciación común simplificada. El nuevo nombre Wagonlit Travel se instaura a lo largo de 1993.

Mientras G. Nagelmackers creaba la Compagnie Internationale des Wagons-Lits, en 1867, Ward G. Foster, un apasionado de los trenes que trabajaba al lado de la estación de trenes de San Agustín, decidió aprovechar su pasión por los trenes y su co-

nocimiento sobre ellos y abrió su propia agencia de viajes, "Ask Mr. Foster", con presencia en todo Estados Unidos. En 1979, Curt Carlson se hace cargo de las agencias Ask Mr. Foster y las incorpora a su grupo empresarial, uno de los más importantes grupos privados americanos.

En 1994, nace en París el primer especialista mundial en viajes de negocio: Carlson Wagonlit Travel, resultado de la fusión de Carlson Travel Group y de Wagonlit Travel. Esta nueva compañía representa los intereses de viajes de negocio del Grupo Accor y de Carlson Companies que, a partir de entonces, caminan de la mano en busca de un mismo objetivo: ser el nº 1 del ranking mundial ofreciendo el mejor servicio a sus empresas cliente.

En el 2006 se produjo un cambio en el accionariado de Carlson Wagonlit Travel. Carlson Companies y One Equity Partners (OEP) adquirieron el 50% de las acciones de Carlson Wagonlit Travel antes propiedad de Accor.

Carlson pasó a ser accionista mayoritario con el 55% de las acciones de Carlson Wagonlit Travel y OEP se quedaba con el 45% restante. Por su parte, Carlson Wagonlit Travel adquirió TQ3-Navigant International, con lo que duplicando así su tamaño en Norteamérica y reforzaba su presencia en Asia Pacífico. En 2007 y primer trimestre del 2008, CWT ha continuado con sus adquisiciones. En octubre de 2007, CWT adquirió en Italia Polo Viaggi, la agencia de viajes de Pirelli y, en diciembre del mismo año, la agencia sueca Ark Travel. En España nuestra empresa adquirió la división de viajes de MAPFRE en enero de 2008.

► Una gestión eficaz de los viajes



Ocho factores clave en la optimización del programa de viajes

CWT trabaja con sus clientes para responder a las complejidades y retos de la gestión de los viajes de empresa a la vez que se centra en las necesidades y las expectativas de los viajeros. CWT ve la gestión de los viajes como una actividad multifacética que engloba ocho factores clave que pueden generar ahorros y a la vez mejorar el servicio y la seguridad.

Ofrecer los mejores servicios a los viajeros y optimizar el modo en el que se procesan las transacciones

Mediante la utilización de herramientas de reserva online para las transacciones sencillas, las empresas pueden reducir los costes totales de sus viajes en un 15%. Para itinerarios complejos y servicios especiales, la experiencia y habilidad de los asesores expertos en viajes son factores determinantes para la satisfacción de los viajeros.

Acceder al contenido relevante de las aerolíneas, hoteles y empresas de alquiler de coches es otra prioridad para los gestores de viajes y para los viajeros.

Es igual de importante proporcionar a los viajeros un abanico completo de servicios diseñados para satisfacer sus necesidades desde el momento de la reserva hasta su regreso. Implementar la configuración de servicio que mejor satisfaga las necesidades de una empresa en servicios y ahorros procesando las transacciones de manera óptima es un factor esencial.

Capturar el gasto de hotel

El coste de las estancias de hotel, que suele representar de un 30% a un 50% del presupuesto total de viajes, puede reducirse cuando las empresas enfocan su programa hotelero de forma disciplinada y profesional.

Al optimizar las negociaciones con propiedades independientes, así como cadenas hoteleras, e implementar una política que asocie la necesidad de ahorro con la comodidad, conveniencia y seguridad del viajero; las empresas pueden mejorar el cumplimiento de su política de viajes, mejorar el seguimiento de los viajeros y gestionar su gasto hotelero de forma más eficaz.

Optimizar el gasto aéreo y de transporte terrestre

El gasto de avión suele representar la mayor parte del gasto en viajes. Mientras las empresas han ganado mucho terreno en este área, siguen existiendo oportunidades para obtener mayores ahorros, incluida la compra inmediata y la compra avanzada. En muchos mercados, el tren, por ejemplo, ofrece alternativas eficaces. El equilibrio óptimo entre utilizar el avión o servicios terrestres debe considerarse en términos de coste, tiempo y emisiones de dióxido de carbono (CO₂) para mejorar la contratación del transporte, la movilidad del viajero y la protección del medioambiente.

Mejorar el cumplimiento del programa de viajes

El cumplimiento comienza con una política de viajes bien definida que los viajeros entiendan y puedan seguir. La política de viajes de una empresa debe mantener un equilibrio entre la reducción de costes y la respuesta a las necesidades de los viajeros. Es igual de importante supervisar con regularidad y consolidar las reservas con el gasto real, incluidos gastos de tarjeta de crédito, para medir el cumplimiento e identificar oportunidades de ahorro. La gestión del cumplimiento sobre volúmenes cuantificables mejora las negociaciones con los proveedores y permite que las empresas hagan un seguimiento de los viajeros en caso de emergencia.

Aumentar la consolidación del programa de viajes

Las empresas pueden disfrutar de un ahorro medio del 20%, y mejorar el servicio y seguridad cuando consolidan sus programas de viajes regional o globalmente. Por lo tanto, cada vez más, las empresas estandarizan su política de viajes, sus procesos y sus herramientas y consolidan su contratación. Para respaldar este esfuerzo, trabajan cada vez más con una única empresa de gestión de viajes en todo el mundo.

Mejorar la seguridad y adoptar medidas de responsabilidad social corporativa

Las empresas de vanguardia mantienen a sus viajeros informados sobre temas relacionados con la seguridad antes, durante y después de un viaje de empresa y están bien equipadas para

localizarles y asistirles ante una emergencia. Estas empresas han empezado también a tratar asuntos de responsabilidad social corporativa relacionados con el medioambiente y su programa de viajes de empresa. Consecuentemente, permiten que sus viajeros comparen las emisiones de dióxido de carbono de los distintos medios de transporte en el momento de la reserva. La información posterior al viaje permite que las empresas hagan un seguimiento de las emisiones de CO², las reduzcan, y al final gestionen mejor los asuntos medioambientales..

Gestionar los gastos de eventos y reuniones

Al integrar las reuniones y los eventos en la gestión de sus programas de viajes, las empresas pueden encontrar una posible fuente de ahorros generalmente pasada por alto. También pueden beneficiarse de muchos de los servicios de los viajeros que ofrece la empresa de gestión de viajes.

Medir el rendimiento

Los gestores de viajes necesitan contar con indicadores clave del rendimiento así como con informes actualizados regulares para controlar la evolución de su programa de viajes y gestionar incidencias en un entorno con rápidos cambios.

Así mismo, resulta fundamental poder ofrecer una valoración precisa de la satisfacción de los viajeros la cual permite que los profesionales de la gestión de viajes perfeccionen y mejoren continuamente los programas de viajes.