

CONNECT

Newsletter

Febrero 2008 - N°26

The Business Travel Magazine for Carlson Wagonlit Travel



INFORMACIÓN CARLSON WAGONLIT TRAVEL

Encuesta de Calidad de Servicio Carlson Wagonlit Travel 2007: Resultados

Lufthansa

Meliá

Noticias en Carlson Wagonlit Travel:

Nombramientos CWT

CWT España adquiere Viajes Mapfre

CWT ultima su incorporación a GEBTA

Artículo de CWT en la revista Conexo

Nueva imagen CWT

KLM

Carlson
Wagonlit
Travel

Encuesta de Calidad de Servicio 2007 Carlson Wagonlit Travel

Por sexto año consecutivo Carlson Wagonlit Travel realizó su Encuesta Anual de Calidad de Servicio. La encuesta se realizó entre el 29 de septiembre y el 15 de octubre y estaba enfocada a una población formada principalmente por viajeros y organizadores de viajes. El objetivo de esta encuesta es tanto conocer el grado de satisfacción de nuestros clientes, como sus motivos de posible insatisfacción. Nos permite detectar también las oportunidades de mejora que se plantean y ponerlas en práctica.

Un año más, los resultados de la encuesta han sido plenamente satisfactorios, tanto por la cantidad de respuestas recibidas que han doblado las del año pasado –lo que agradecemos a los clientes

Nota:

Es importante señalar que los diferentes cuadros o gráficos que se detallan a continuación muestran unas cifras totales (base de respuesta) diferentes en unas repuestas de otras, ya que a veces se da que una persona no contesta a todas las preguntas, y a que existe la posibilidad de respuestas múltiples

participantes– como por el buen resultado en cuanto al nivel de satisfacción alcanzado

El presente informe sintetiza los resultados obtenidos del análisis: Un total de 1.447 respuestas de la Encuesta de Calidad de Viajeros y 56 de la Encuesta de Calidad de Responsables de Viajes.

Calidad de servicio encuesta

Le rogamos nos dedique unos minutos para contestar a la encuesta.

Su opinión es importante y nos ayudará a darle un mejor servicio.

Entre en nuestra página web: www.carlsonwagonlit.es y pulse el enlace "Encuesta de Calidad de Servicio CWT 2007".

Responda a la encuesta y participará en el sorteo de:
Un Fin de Semana en Varsovia para 2 personas.
El viaje incluye: Vuelo desde BCN o MAD.
3 días/2 noches en Hotel 3*/4* en habitación doble, alojamiento y desayuno.

*Periodo de validez: Hasta el 15 de marzo de 2008 exceptuando Navidades y Puentes y según disponibilidad.
*El viaje no incluye tasas aéreas ni traslados.
Sorteo a celebrar ante notario.

Se tendrán en consideración las respuestas recibidas entre el 17 de septiembre y el 12 de octubre.

Carlson Wagonlit España, S.A.U.
C/ Princesa, 3 - 4º - 28008 Madrid
Tel.: 91 540 91 00
www.carlsonwagonlit.es

Carlson
Wagonlit
Travel



Como venimos haciendo los últimos 5 años, Carlson Wagonlit Travel hace partícipe a sus clientes de los resultados de la Encuesta de Calidad de Servicio. A través de este Connect nº 26, queremos informarles de los diferentes aspectos planteados en esta encuesta, así como de nuestra opinión sobre los resultados.

Este año la participación en la Encuesta de Calidad de Viajeros ha sido más del doble del año pasado. Hemos pasado de 654 respuestas en la encuesta de viajeros en el 2006 a 1.447 el 2007. Este incremento de las respuestas es muy importante para obtener una foto representativa y significativa del nivel de satisfacción de nuestros clientes y poder mejorar nuestra atención y servicio y adaptar nuestros procesos.

Más de un 90% de los encuestados muestran estar Satisfechos y Muy Satisfechos con Carlson Wagonlit Travel. Son cifras significativas de la Calidad de Servicio que ofrecemos, pero que no nos impiden ver las oportunidades de mejora en la calidad de servicio que ofrecemos a nuestros clientes.

En este boletín también queremos aprovechar para informarles de los últimos nombramientos intervenidos en Carlson Wagonlit Travel a nivel internacional, así como darles más información sobre la compra de Viajes MAPFRE por CWT España y nuestra incorporación en GEBTA España.

Por último nos ha parecido interesante para entender mejor las tendencias y el valor que puede aportar CWT, transcribir la entrevista, publicada en Conexo, de David Díaz, Director Business Support CWT, tratando de las nuevas tecnologías en el mundo de los viajes.

Espero que encuentren estos artículos de interés. Como siempre quiero aprovechar la ocasión para enviarles un cordial saludo.

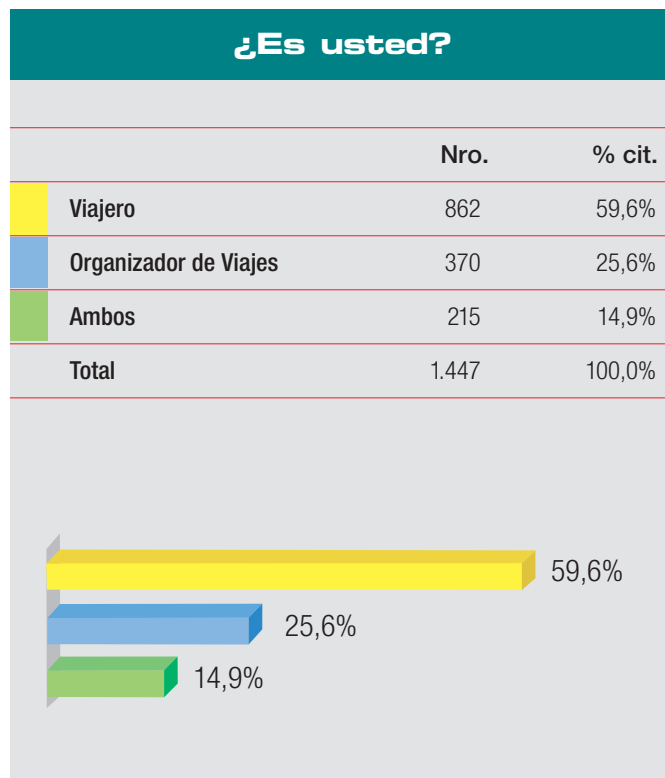
Michel Durrieu

Director Marketing & Communication y
Director Área Vacacional

Encuesta General de Viajeros

Estructura de las respuestas

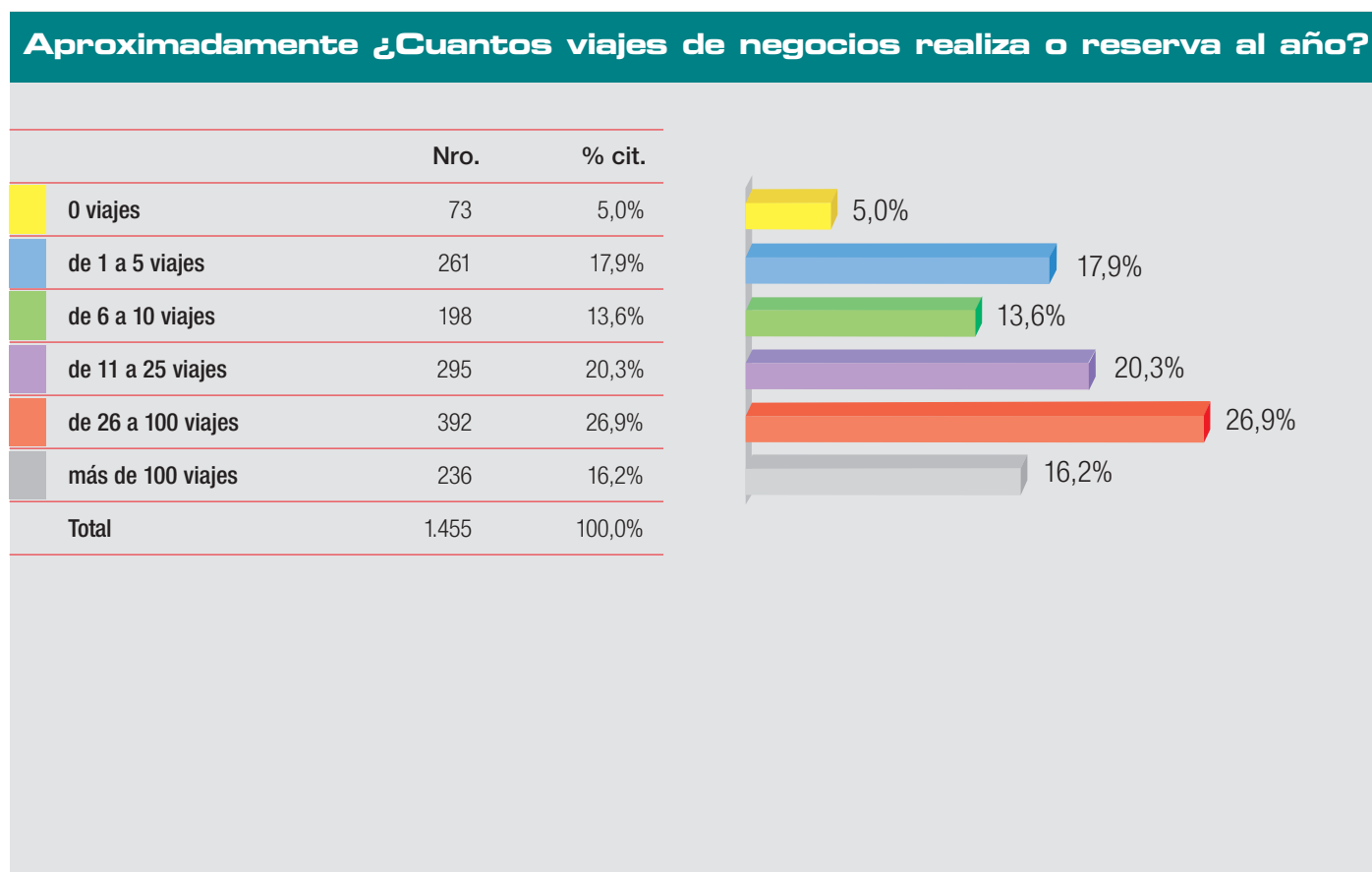
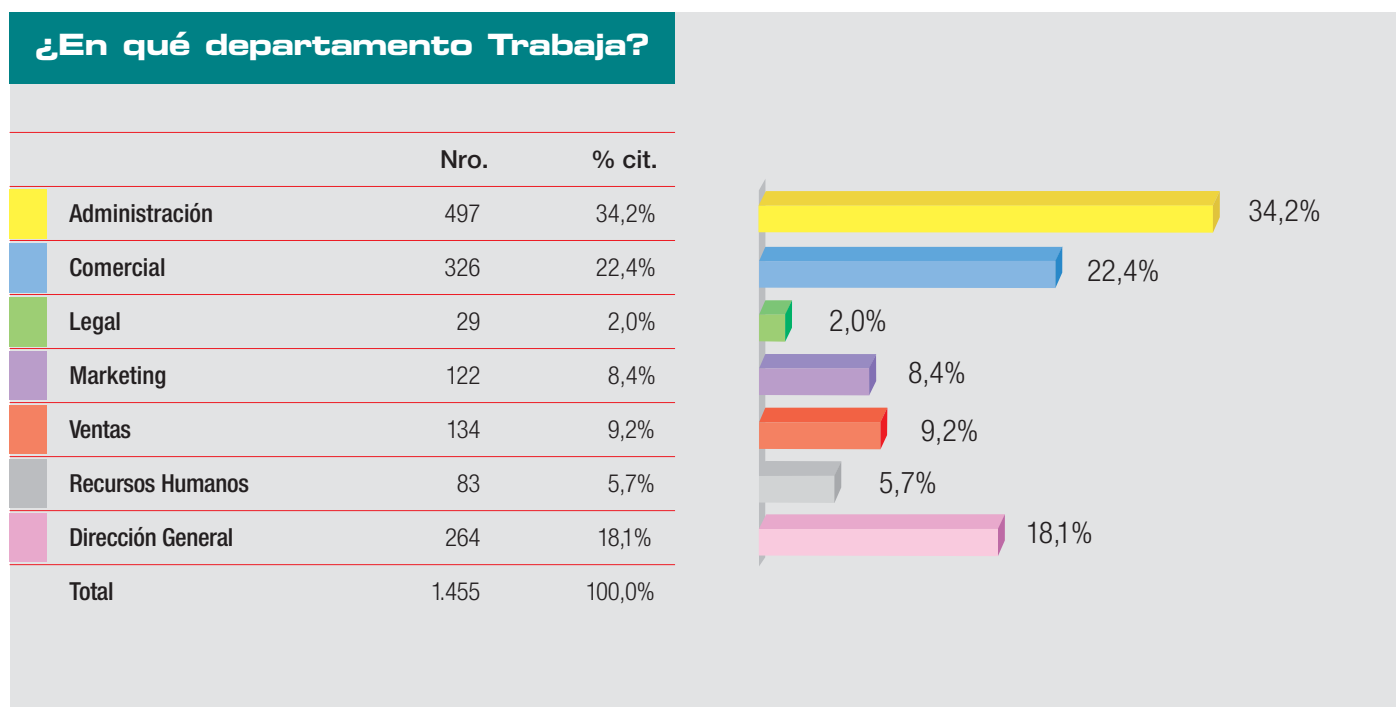
En la encuesta General de Viajeros las estadísticas se han elaborado en base a las respuestas recogidas de viajeros y organizadores de viajes. A continuación se muestra gráfico ilustrativo con los porcentajes





Opinión General sobre los servicios de Carlson Wagonlit Travel

De los gráficos que les mostramos a continuación se desprende por un lado que la mayoría de respuestas provienen de los departamentos comercial, administrativo y dirección general y por otro que los porcentajes mayoritarios en las respuestas provienen de las personas que realizan un mayor número de viajes lo que muestra un mayor conocimiento del mundo del Business Travel.



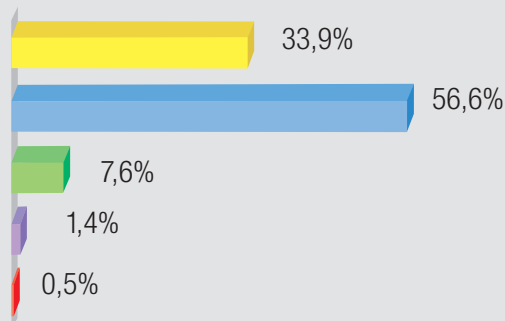


Opinión General sobre los servicios de Carlson Wagonlit Travel

El contenido de la encuesta fue parecido al del año 2006. Comenzamos pidiendo a los encuestados que diesen su opinión general sobre los servicios prestados por CWT. Al igual que el año pasado, este apartado de la encuesta, ha sido uno de los puntos fuertes con el mayor porcentaje de Satisfechos y Muy Satisfechos.

Por favor, valore su nivel de satisfacción general con los servicios de CWT

	Nro.	% cit.
Muy satisfecho	469	33,9%
Satisfecho	782	56,6%
Ni satisfecho ni insatisfecho	105	7,6%
Insatisfecho	19	1,4%
Muy insatisfecho	7	0,5%
Total	1.382	100,0%

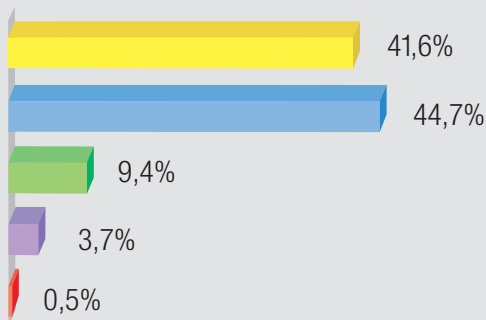


Satisfacción con los diferentes servicios de CWT

A continuación se realizaron una serie de preguntas sobre la valoración del agente CWT en cuanto a la rapidez en contestar las llamadas, la profesionalidad de los agentes, sus conocimientos sobre los viajes y si los agentes responden rápidamente a las solicitudes enviadas por mail.

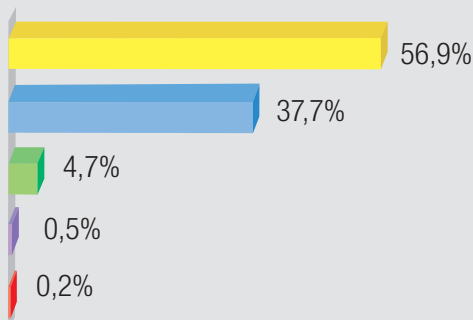
Los asesores de viajes CWT... Responden rápido a las llamadas

	Nro.	% cit.
Totalmente de acuerdo	547	41,6%
De acuerdo	587	44,7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	124	9,4%
En desacuerdo	49	3,7%
Totalmente en desacuerdo	7	0,5%
Total	1.314	100,0%



Son profesionales y educados

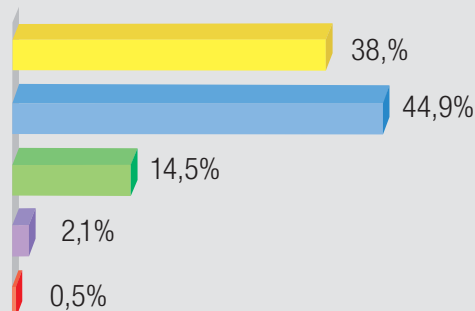
	Nro.	% cit.
Totalmente de acuerdo	755	56,9%
De acuerdo	500	37,7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	63	4,7%
En desacuerdo	7	0,5%
Totalmente en desacuerdo	3	0,2%
Total	1.328	100,0%





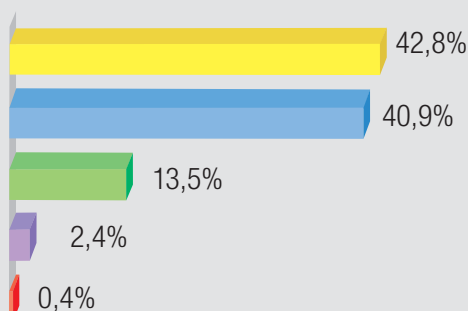
Tienen buenos conocimientos sobre los viajes

	Nro.	% cit.
Totalmente de acuerdo	492	38,0%
De acuerdo	581	44,9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	188	14,5%
En desacuerdo	27	2,1%
Totalmente en desacuerdo	6	0,5%
Total	1.294	100,0%



Responden rápidamente a las solicitudes de viajes enviadas por mail

	Nro.	% cit.
Totalmente de acuerdo	526	42,8%
De acuerdo	503	40,9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	166	13,5%
En desacuerdo	30	2,4%
Totalmente en desacuerdo	5	0,4%
Total	1.230	100,0%

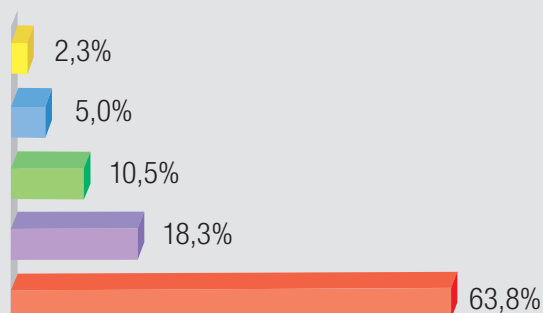


Portal CWT

Se establecen una serie de preguntas sobre el portal de CWT de cuya respuesta se desprende que todavía hay un amplia franja de viajeros que no lo conocen o utilizan. Si comparamos estos porcentajes con los del año pasado, vemos que la cifra de viajeros que lo utilizan ha pasado del 28% en 2006 al 36,2% en 2007.

¿Con que frecuencia utiliza Portal CWT?

	Nro.	% cit.
Siempre	32	2,3%
Con frecuencia	69	5,0%
A veces	144	10,5%
En raras ocasiones	252	18,3%
No lo he utilizado nunca	877	63,8%
Total	1.374	100,0%



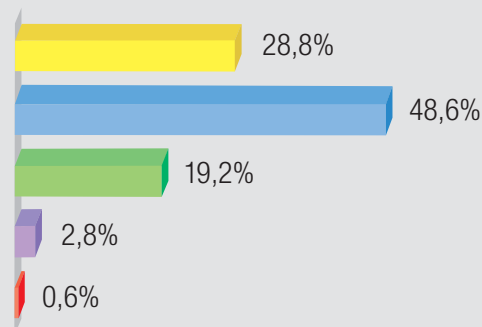


A continuación se evalúan dos aspectos como

Evaluación del Soporte para reservas de CWT de la herramienta de reserva on-line

Son capaces de ayudar a cancelar o modificar reservas realizadas on-line

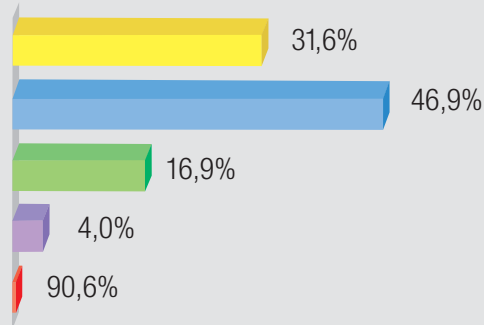
	Nro.	% cit.
Muy satisfecho	51	28,8%
Satisfecho	86	48,6%
Ni satisfecho ni insatisfecho	34	19,2%
Insatisfecho	5	2,8%
Muy insatisfecho	1	0,6%
Total	177	100,0%



Evaluación del soporte técnico CWT de la herramienta de reserva on-line

Son capaces de ayudarme con mi pregunta o solicitud técnica

	Nro.	% obs.
Totalmente de acuerdo	56	31,6%
De acuerdo	83	46,9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	16,9%
En desacuerdo	7	4,0%
Totalmente en desacuerdo	1	0,6%
Total	177	100,0%

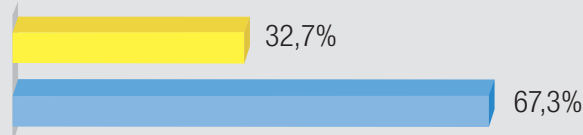


Compañías aéreas de bajo coste y billetes en las web de compañías aéreas

En cuanto al uso de las compañías de bajo coste para viajes de negocio y reserva de billetes a través de las web de las compañías aéreas tradicionales, se establecieron una serie de preguntas tales como:

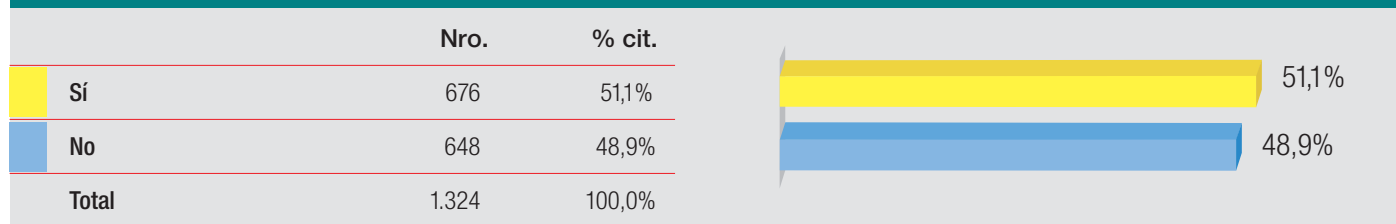
¿Ha viajado con una compañía de bajo coste por motivos de trabajo en los últimos 12 meses?

	Nro.	% cit.
Sí	446	32,7%
No	918	67,3%
Total	1.364	100,0%

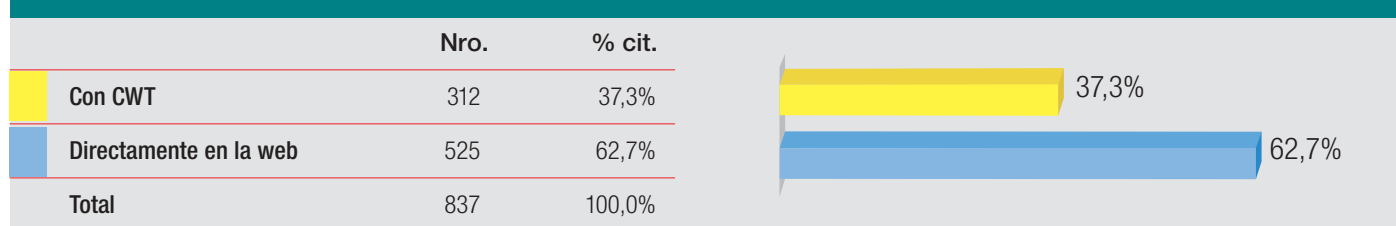




¿Ha comprado un billete en la web de una compañía aérea tradicional en los últimos 12 meses?



¿Cómo reservó su billete con la compañía de bajo coste?

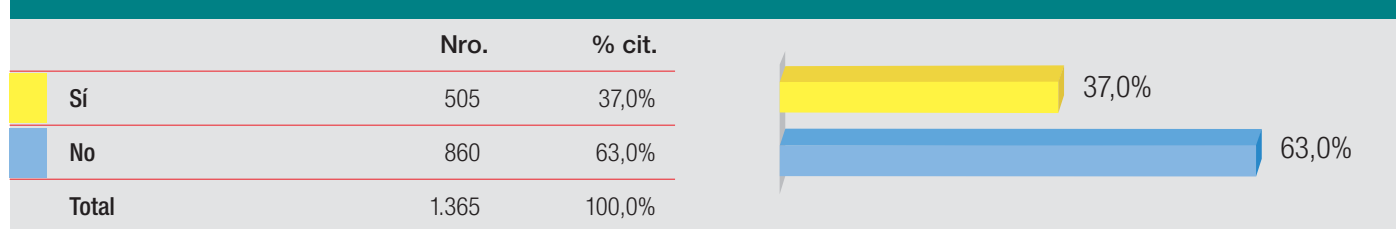


Los resultados de estos tres últimos gráficos muestran una disminución de la compra, tanto de los billetes de las compañías de bajo coste, como de la compra de billetes a través de la web de las compañías aéreas tradicionales, en comparación con el año anterior.

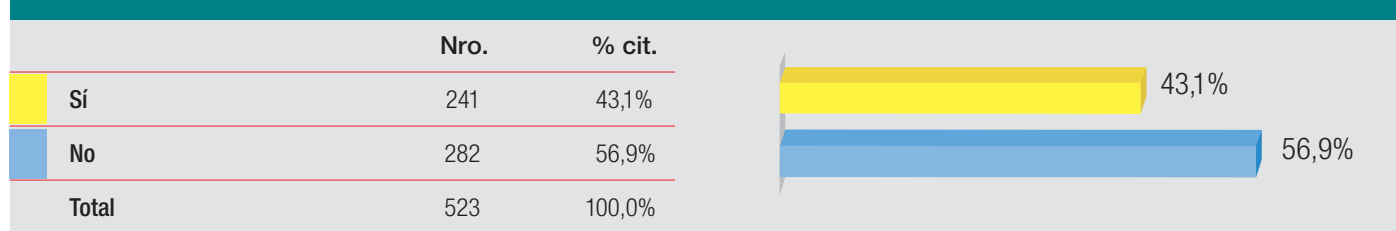
Posteriormente se hicieron una serie de preguntas sobre los viajes privados (CWT Vacaciones).

Servicio CWT Vacaciones

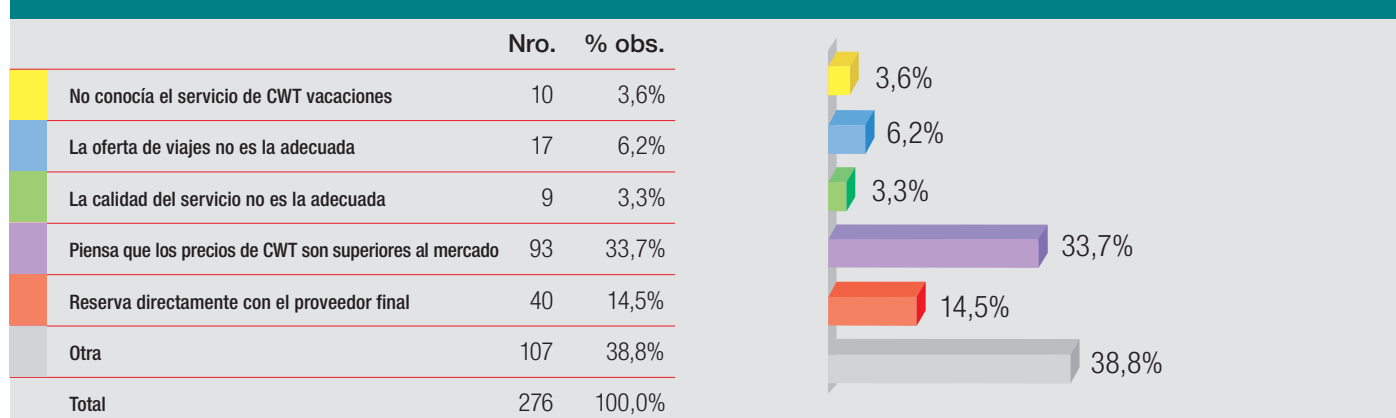
¿Conoce nuestro servicio CWT Vacaciones?



¿Ha reservado alguna vez sus vacaciones con CWT?



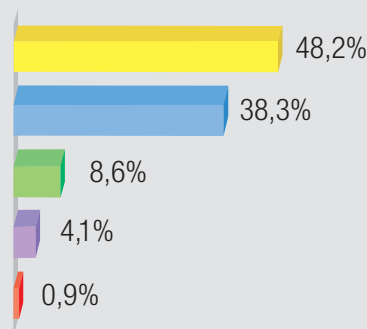
¿Cuál es la razón por la que no utiliza CWT para sus viajes privados?





Valore su satisfacción con el Servicio Vacacional

	Nro.	% cit.
Muy satisfecho	107	48,2%
Satisfecho	85	38,3%
Ni satisfecho ni insatisfecho	19	8,6%
Insatisfecho	9	4,1%
Muy insatisfecho	2	0,9%
Total	222	100,0%

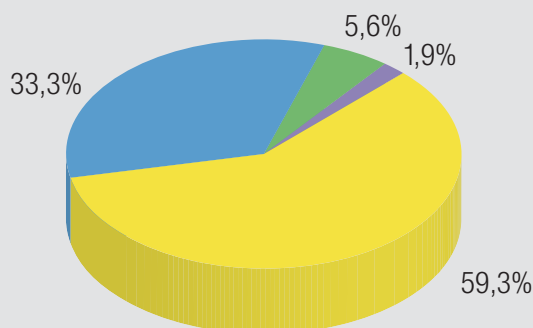


De las respuestas recibidas sobre nuestro Servicio Vacacional se desprende que en CWT tenemos que seguir trabajando para dar a conocer a los viajeros este servicio ofreciéndolo a los empleados de nuestras empresas clientes para sus viajes privados. Todavía mas del 60% dicen no conocer nuestro servicio CWT Vacaciones. El nivel de satisfacción, superior al 86% debería permitirnos aumentar la fidelización.

Paralelamente a la encuesta a los viajeros, realizamos una encuesta a los Responsables de Viajes de las empresas clientes que cuentan con el servicio de Account Management

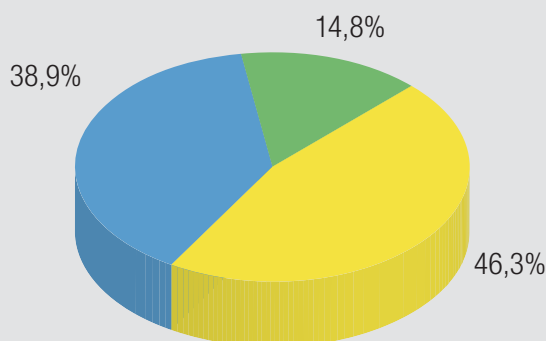
Satisfacción en cuanto a la respuesta a sus solicitudes por parte de su Account Manager

	Nro.	% cit.
Muy satisfecho	32	59,3%
Satisfecho	18	33,3%
Ni satisfecho ni insatisfecho	3	5,6%
Insatisfecho	1	1,9%
Muy insatisfecho	0	0,0%
Total	54	100,0%



Apoyo de AM en las negociaciones con proveedores y aplicaciones de los acuerdos alcanzados

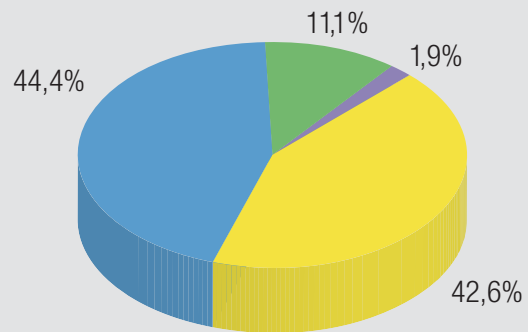
	Nro.	% cit.
Muy satisfecho	25	46,3%
Satisfecho	21	38,9%
Ni satisfecho ni insatisfecho	8	14,8%
Insatisfecho	0	0,0%
Muy insatisfecho	0	0,0%
Total	54	100,0%





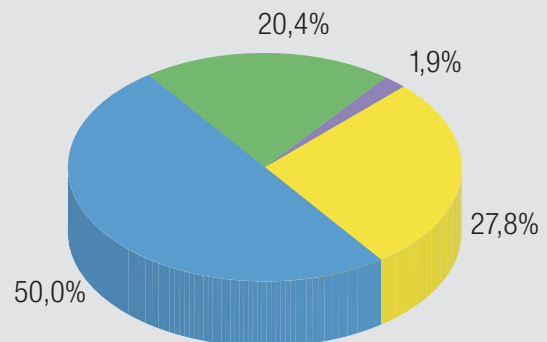
Análisis por parte del AM de su cuenta de Viajes de Empresa

	Nro.	% cit.
Muy satisfecho	23	42,6%
Satisfecho	24	44,4%
Ni satisfecho ni insatisfecho	6	11,1%
Insatisfecho	1	1,9%
Muy insatisfecho	0	0,0%
Total	54	100,0%



Propuesta e iniciativas de su AM para optimizar la cuenta de Viajes de Empresa

	Nro.	% cit.
Muy satisfecho	15	27,8%
Satisfecho	27	50,0%
Ni satisfecho ni insatisfecho	11	20,4%
Insatisfecho	1	1,9%
Muy insatisfecho	0	0,0%
Total	54	100,0%



De esta encuesta realizada a los Travel Managers destacamos el reconocimiento por parte de los Travel Managers de nuestro nivel de calidad y los altos niveles de satisfacción con los Account Managers en la respuesta a sus solicitudes, su apoyo a la hora de negociar, el análisis de la cuenta de viajes y las iniciativas para optimizarla. Esto significa para nosotros un reconocimiento de nuestro valor añadido y nos fortalece en el hecho de seguir dando la misma calidad de servicio a nuestros clientes.



**Lufthansa**A STAR ALLIANCE MEMBER 

Lufthansa bate un nuevo record de pasajeros en 2007

Alrededor de 63 millones de pasajeros volaron con las aerolíneas del Grupo Lufthansa

Lufthansa ha alcanzado un nuevo record en 2007. En un entorno positivo, el Grupo ha conseguido crecer de nuevo gracias a la prudente expansión de su capacidad y a una exitosa gestión de las ventas. Nunca antes tantos pasajeros habían volado con Lufthansa, ya que tanto el número de vuelos operados como la capacidad y las ventas alcanzaron niveles máximos.

Durante 2007, Lufthansa transportó 56,4 millones de pasajeros a bordo de sus vuelos, con un crecimiento del 5,6% respecto al año anterior. El número de pasajeros y la capacidad de utilización aumentaron considerablemente en todas las regiones. El factor de ocupación de asientos en los vuelos de Lufthansa aumentó en un 1,8% hasta llegar al 77%.

En total, 62,9 millones de pasajeros volaron con las aerolíneas del Grupo Lufthansa, incluyendo los 6,5 millones de personas que volaron con SWISS. Las cifras de tráfico de SWISS han sido incluidas en las del Grupo Lufthansa desde julio de 2007.

Con un total 749.431 despegues y aterrizajes, el número de vuelos operados por el Grupo Lufthansa alcanzó un nuevo récord. El número de destinos que componen la red de Lufthansa aumentó durante el año 2007 hasta cerca de 200.

Lufthansa Cargo aumentó su carga en toneladas y su capacidad de utilización, mejorando también sus cifras de tráfico. En 2007 la aerolínea de carga del Grupo transportó 1,8 millones de toneladas de carga y correo, con un incremento del 2,6% respecto al año anterior. La capacidad aumentó en un 2,2%, mientras que las ventas crecieron un 4,3%. Por consiguiente, el factor de ocupación de carga se incrementó en un 1,4% hasta situarse en el 69,1%.

Las cifras anuales del Grupo Lufthansa correspondientes al año 2007 se publicarán el 12 de marzo de 2008 y estarán disponibles en www.lufthansa-financials.com.



Porcentaje de ocupación de pasajeros	77,0	75,2	+1,8 pp.
--------------------------------------	------	------	----------

Lufthansa / Lufthansa Cargo	Ene.-Dic.2007	Ene.-Dic.2006	Variación anual en %
Pasajeros (en miles)	46.441	53.431	+5,6
Asientos-Km disponibles (mill.)	152.881	146.720	+4,2
Ingresos pasajeros / Km (mill.)	117.656	110.330	+6,6

SWISS*

Pasajeros (en miles)	6.453	-	-
Porcentaje de ocupación de pasajeros	81,6	-	-

Grupo Lufthansa**

Pasajeros (en miles)	62.894	53.431	+17,7
Número de vuelos	749.431	664.382	+12,8

* Las cifras de tráfico de pasajeros de SWISS son referentes al periodo julio-diciembre de 2007, desde su consolidación en el Grupo Lufthansa.

** Incluyendo SWISS desde julio a diciembre de 2007.

Para más información contacte con su agente **Carlson Wagonlit Travel**



~ THE LEVEL ~ MEETING & CONFERENCE CENTER ~ MSM ~ «UNO» RESTAURANT BY DANI GARCIA ~ SPA CENTER

MELIÁ MADRID PRINCESA: MADRID HOY

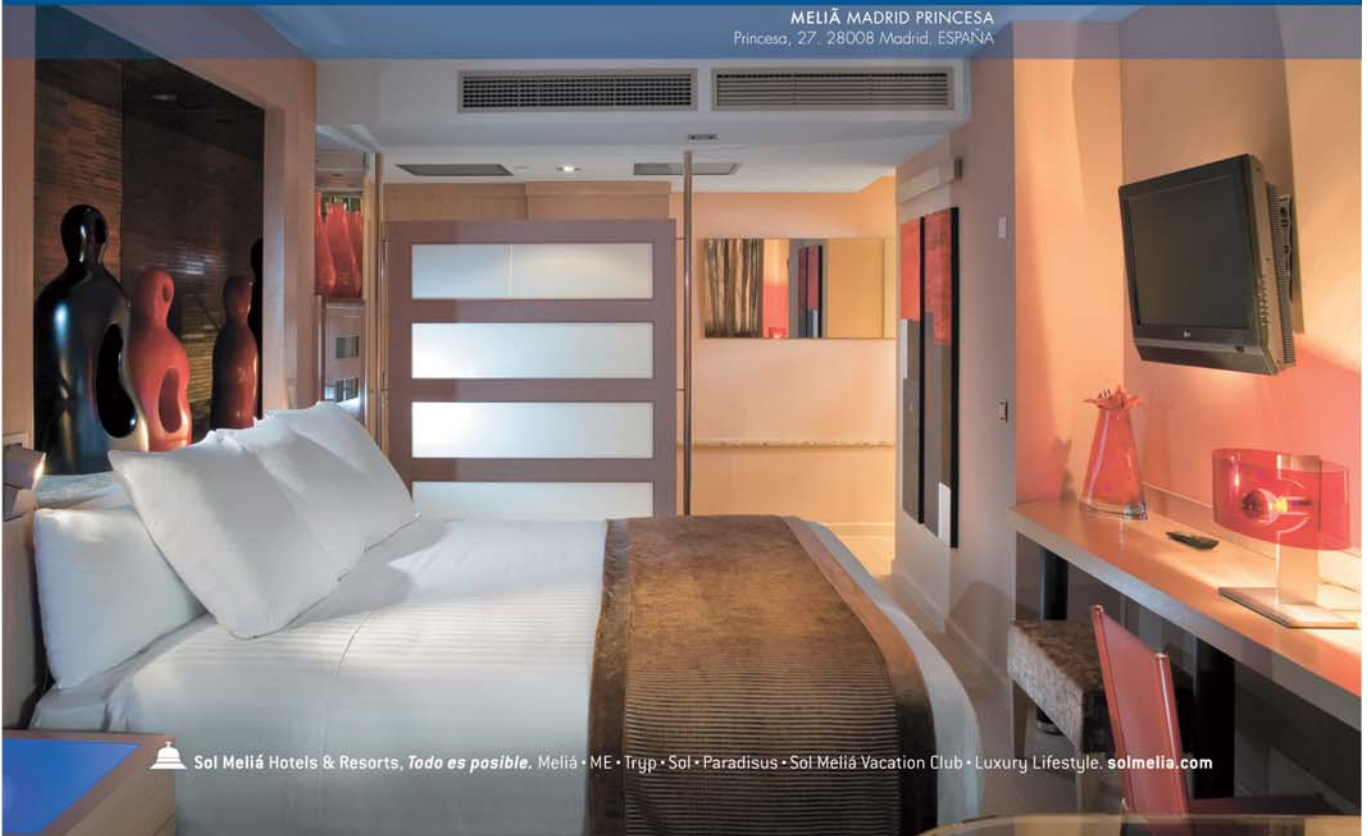
MADRID HOY ES UNA CIUDAD ABIERTA, ALEGRE, COLORIDA, COSMOPOLITA Y MODERNA. COMO EL NUEVO MELIÁ MADRID PRINCESA, UN HOTEL TOTALMENTE RENOVADO AL GUSTO DE HOY, CON HABITACIONES DE ÚLTIMA GENERACIÓN Y LA MÁXIMA COMODIDAD, CON PROPUESTAS GASTRONÓMICAS DE PRIMERA LÍNEA DE LA MANO DE DANI GARCÍA, CON NUEVOS CONCEPTOS DE EXCLUSIVIDAD COMO "THE LEVEL" O NUESTRO SPA, Y LA PASIÓN POR EL SERVICIO DE SIEMPRE. MELIÁ MADRID PRINCESA, EL MADRID HOY.


MELIÁ
HOTELS & RESORTS

PASIÓN POR EL SERVICIO

INFO & RES:
En su agencia de viajes

MELIÁ MADRID PRINCESA
Princesa, 27. 28008 Madrid. ESPAÑA



 Sol Meliá Hotels & Resorts. *Todo es posible.* Meliá • ME • Tryp • Sol • Paradisus • Sol Meliá Vacation Club • Luxury Lifestyle. solmelia.com

Para más información contacte con su agente **Carlson Wagonlit Travel**



Cuatro importantes noticias en Carlson Wagonlit Travel

El cambio del 2007 al 2008 ha sido prolífico en importantes acontecimientos para **Carlson Wagonlit Travel**. Por una parte la renovación de la cúpula directiva. Y por otra una compra y una incorporación a una asociación, que ratifican los procesos de consolidación del sector de los que nuestro Presidente Marino Faccini llevaba anunciando varios años.

Se han producido dos importantes nombramientos:



El 18 de diciembre **Hakan Ericson** ha sido nombrado Presidente para la zona de EMEA y Latinoamérica. A partir del 28 de enero de 2008 sustituirá a Richard Lovell quien se jubila y que trabajará estrechamente con Hakan para garantizar una transición sin problemas y a tiempo. Con sede en París, estará bajo la supervisión de Hubert Joly y formará parte del Equipo Ejecutivo.

Hakan Ericson ha adquirido una gran experiencia en el área de servicios profesionales. Antes de entrar en CWT, trabajó para DHL como Director Ejecutivo para Europa, luego como Director Ejecutivo de DHL Freight para Europa, mientras estaba a cargo de las operaciones globales y europeas. Posteriormente se unió a SAS, la aerolínea escandinava, donde estuvo a cargo de las unidades comerciales de soporte como mercancía, servicios técnicos y operaciones en tierra. El último puesto que ocupó fue el de CEO de Loomis, empresa de logística de efectivo líder a escala global.

Hakan, sueco y de 45 años, tiene el título de Licenciado en Económicas por la Universidad de Estocolmo.



Posteriormente el 8 de enero **Hubert Joly** ha sido elegido por el Consejo de Administración de Carlson, Presidente y Chief Executive Officer (CEO) con fecha efectiva 1 de marzo de 2008. En su nuevo puesto, sucederá a Marilyn Carlson Nelson, quien conservará su cargo de Presidenta del Consejo de Administración. Bajo la dirección de

Hubert Joly, Carlson Wagonlit Travel (CWT) se ha convertido en el líder mundial de gestión de viajes de negocio, incrementando sus ventas de 8.900 millones de dólares en 2003 a cerca de 22.000 millones de dólares en 2007. CWT está participada en un 55% por Carlson. El Consejo de Administración de CWT ha iniciado la búsqueda del sucesor de Hubert Joly para el puesto de Presidente & CEO.

"Después de un proceso de selección tanto interno como externo, nuestro Consejo de Administración ha acordado por

unanimidad que Hubert dispone de la sagacidad empresarial, de las cualidades de liderazgo y de la experiencia global necesaria para dirigir nuestra compañía en sus próximas etapas de crecimiento y de excelencia", declaraba Marilyn Carlson Nelson. "Agradecemos mucho y nos enorgullece la respuesta de Hubert, quien ha aceptado esta oportunidad de hacer progresar la estrategia de Carlson para desarrollar nuestras marcas y nuestras operaciones en el mundo".

Hasta marzo, Hubert Joly seguirá concentrándose esencialmente en CWT y en la transición con la nueva dirección. Según ha declarado hoy en un comunicado a todos los empleados de CWT: "Nos hemos comprometido en encontrar el líder mejor cualificado para llevar a cabo esta función, alguien que sepa hacer evolucionar CWT hacia una nueva etapa de su desarrollo. Mientras, resulta fundamental que todos nos centremos en conseguir un buen rendimiento del negocio y en avanzar en la aplicación de nuestras estrategias clave. Sé que puedo contar con vosotros al igual que vosotros podéis contar conmigo".

Carlson Wagonlit Travel ultima su incorporación a GEBTA

Barcelona 24 de Enero 2008. - Tras varios meses de conversaciones, **Carlson Wagonlit Travel** ha decidido incorporarse a **GEBTA España**, principal consorcio español de agencias de viaje, especializado en viajes corporativos. La operación aprobada ya por el Consejo Directivo de GEBTA, solo está pendiente de su ratificación en la próxima Asamblea General de GEBTA.

Con la entrada de CWT en GEBTA, la asociación se afianza como el "Business Travel Council" de España, contando con 17 agencias y un volumen de negocio anual cercano a los 1.850 millones de euros.

Con la incorporación de CWT, que ha finalizado esta semana la compra de Viajes MAPFRE, y la joint venture recientemente creada por American Express Viajes, asociada a GEBTA, y Barceló Business, la cuota de mercado del conjunto de las agencias GEBTA se sitúa ahora por encima del 30% del total del mercado español de viajes corporativos en términos de facturación.

Entre los principales beneficios que las partes esperan obtener, fuentes de GEBTA y de CWT han citado la innovación y el desarrollo de nuevos modelos de negocio, así como el incremento de la capacidad de prescripción, orientados a una mayor protección de los intereses y derechos de los viajeros de negocio, así como a la mejora de la eficiencia de las empresas en sus desplazamientos.



Carlson Wagonlit Travel adquiere Viajes MAPFRE



La transacción incluye los negocios, reuniones, eventos y viajes vacacionales.

El 22 de enero de 2008 Carlson Wagonlit Travel (CWT), compañía líder en gestión de viajes, anunció la compra de activos de Viajes MAPFRE a MAPFRE, la primera entidad del sector español y el líder en seguros No Vida en Latinoamérica. La transacción incluye las actividades de viajes de negocios, reuniones y eventos y viajes vacacionales en España; el volumen total de ventas del nuevo negocio adquirido –que se operará bajo la marca Carlson Wagonlit Travel– se estima en aproximadamente 60 millones de Euros en España. CWT incorporará en su organización los empleados de Viajes MAPFRE. Bajo este acuerdo, CWT será la compañía de gestión de viajes para MAPFRE en España por un periodo mínimo de tres años. Es parte de este acuerdo, la posibilidad de dar servicio más adelante, a MAPFRE a escala internacional.

Esta adquisición permitirá a CWT reforzar su posición en España en el mercado de Meetings & Events (Grupos, incentivos, reuniones y congresos), segmento donde la compañía espera superar el volumen de ventas de 150 millones de euros en el 2008, así como aumentar en cerca de 1 punto su cuota de mercado en la gestión de viajes de negocio para alcanzar una cuota del 15,5%. Adicionalmente CWT consolidará su red de agencias de proximidad para dar servicio a las PYMES y ofrecer al público su servicio de viajes vacacionales, hasta ahora reservado a los empleados de sus empresas clientes.

MAPFRE, a su vez, se convertirá en el proveedor preferencial en asistencia en viajes para CWT.

En esta fotografía aparecen las personas que forman el Equipo de Integración.



A continuación os mostramos algunos de los recortes de prensa que muestran la repercusión que en los medios ha tenido esta noticia.

Nexotur

CWT compra Viajes Mapfre para reforzarse en Iberoamérica

Carlson Wagonlit Travel podría crecer el próximo año cerca de un 10%

Cinco días

Carlson Wagonlit compra Viajes Mapfre para competir en el negocio de empresas

Público

Empresas



Viajes

La aseguradora ha vendido su negocio de viajes a la estadounidense CWT.

2 | CONEXO

CONEXO
Revista de Negocios y Viajes de Negocios

OPINION

En marzo 2008

La tecnología en los viajes de negocios
David Díaz Loscertes

Director de Comercialización de Servicios de Carlson Wagonlit Travel

El mundo de los viajes de negocios requiere afrontar los retos del sector: incluir el análisis, la anticipación y, sobre todo, en la inversión consciente en nuevas tecnologías.

Las estrategias de la competencia, al descubierto

Artículo de CWT en la revista Conexo

A continuación les transcribimos un artículo de David Díaz, Director Business Support, con el título La tecnología en los viajes de negocios, aparecido en la sección Tribuna de la revista Conexo

El sector de los Viajes de Negocios evoluciona constantemente. Trabajar en este entorno dinámico hace necesario tener una previsión de lo que va a ocurrir en los próximos años, para asumir las nuevas tecnologías y ayudar a las empresas para que las integren en su propio beneficio y de la forma adecuada para sus empleados.

Carlson Wagonlit Travel (CWT) que hasta ahora ha sido pionera en adelantarse a las nuevas tendencias que han ido afectando al sector viajes de negocios, ha identificado los siguientes aspectos como claves en España para los próximos años:

⑥ Herramientas de Reservas Online: si bien existen en el mercado español desde hace varios años, las empresas han sido bastante escépticas en considerar el valor que les puede aportar. A menudo las consideraban, erróneamente, como una forma más de pedir un viaje frente a otros medios 'tradicionales' como el teléfono o el e-mail. Cada vez son más las empresas que consideran este tipo de herramientas como una oportunidad para reforzar la aplicación de su política de viajes, lograr que las reservas se realicen con mayor antelación aprovechando tarifas más económicas, integrar las aerolíneas de bajo coste, integrar otros procesos internos

como la autorización de viajes de forma más eficaz, etc. CWT ha demostrado que una buena integración de estas herramientas con la agencia de viajes supone para una empresa una media de entre un 5% y un 10% de ahorro anual en el total de gastos de viaje. Actualmente menos del 10% de las empresas españolas cuentan con una herramienta de reserva online, mientras que en los Estados Unidos un 80% de las empresas disponen de ella y en Europa, actualmente un 30%. Europa alcanzará los niveles de EE.UU. en pocos años.

⑥ Localización de viajeros en todo momento: las empresas españolas cada vez viajan más al exterior para desarrollar sus negocios. La gestión de alertas de seguridad que puedan permitir a una empresa poner en marcha las medidas adecuadas para que sus empleados no se vean afectados ante cualquier evento que pueda alterar sus planes de viaje (huelgas, cierre de aeropuertos por condiciones climatológicas, etc.) o incluso su seguridad (inundaciones, atentados, etc.) requiere la tecnología necesaria para poder actuar, asistir a los empleados y comunicarse con ellos de forma rápida. Esa tecnología ya está al alcance y las grandes corporaciones la están implementando.

⑥ El desarrollo del tren de Alta Velocidad: cambiará el panorama del viaje doméstico en España en los próximos años. Basándonos en nuestra experiencia, en CWT hemos comprobado que cada vez que se abre una nueva línea en otros países europeos, el tren de alta velocidad logra un 50% del mercado del transporte respecto al avión cuando la duración del viaje está entre 2 y 3 horas; llegando al 90% a favor del tren si el trayecto es superior a las 2 horas. El desarrollo previsto en España y en el resto de Europa hasta 2020, además de la distribución cada vez mayor del billete electrónico de tren, cambiará los hábitos del viaje de negocios y el mercado del transporte entre las principales ciudades.

⑥ Responsabilidad Medioambiental: el viaje de negocios también contamina. CWT ayuda a sus clientes a enfocar los temas medioambientales permitiendo a los responsables de viajes de las empresas y a sus viajeros que tomen decisiones informadas que puedan reducir la huella de carbono de su empresa. La tecnología permite calcular y obtener información de la emisión de dióxido de carbono en el momento de realizar una reserva. Esto permite que los viajeros calculen y comparen las emisiones contaminantes que generará su viaje dependiendo de las opciones de transporte. Los informes posteriores a los viajes permiten que la empresa haga un seguimiento de las emisiones de CO₂ y neutralicen su impacto mediante la reducción paulatina de dióxido de carbono.





PORQUE SU OFICINA
SE ENCUENTRA
DONDE ESTÁN SUS
CLIENTES...



Copyright © 2007 CWT

SU EMPRESA NECESITA UNA GESTIÓN EFICAZ DE LOS VIAJES.

▣ GESTIÓN EFICAZ DE LOS VIAJES DE NEGOCIOS

Los viajes son esenciales para desarrollar su negocio. Y para ayudarle a conseguirlo, necesita un socio especializado. Carlson Wagonlit Travel trabaja con sus clientes para ayudarles a optimizar la gestión de sus viajes de negocios, a la vez que se centra en las expectativas de los viajeros.

Nos apoyamos en nuestros equipos multiculturales de expertos y nuestra tecnología punta para proporcionar soluciones personalizadas. Nos centramos en obtener ahorros a la vez que mejoramos el servicio y la seguridad. Y nuestra experiencia global, junto con el conocimiento de los mercados locales, nos convierte en un valioso recurso en unos 150 países. De esta forma, usted puede centrarse en su negocio, independientemente de adonde éste le lleve.

www.carlsonwagonlit.es

Carlson
Wagonlit
Travel





KLM AÑADIRÁ NUEVOS DESTINOS A SU RED MUNDIAL LA PRÓXIMA TEMPORADA DE VERANO 2008

KLM, Royal Dutch Airlines recupera sus vuelos directos Ámsterdam-Panamá City Tocumen Airport a partir del 30 de Marzo de 2008. Tres vuelos semanales entrarán en servicio entre Ámsterdam y este destino de América Central. Operado con un aparato MD-11 ofrecerá un total 294 asientos; 24 en World Business Class y 270 en Turista.



bus A330-200 y a su llegada al Hub de Portland conectará con las excelentes rutas del área Pacífico de Northwest, Alaska Airlines y Horizon Air. A su vez la costa oeste de Estados Unidos dispondrá de más y mejores conexiones a toda Europa vía Ámsterdam.

Este nuevo servicio ofrecerá numerosas conexiones a partir de ambas ciudades, tanto desde Ámsterdam como desde Panamá gracias a los más de 60 vuelos diarios operados por COPA Airlines, perteneciente a la alianza SkyTeam, con quién ha firmado KLM un acuerdo de código compartido. Panamá es una de los mercados emergentes más importantes en América Central gracias al impulso económico que proporciona su canal.

KLM junto con Northwest Airlines anuncian sus planes de expansión de rutas en el área del Atlántico Norte, con un nuevo servicio diario entre Amsterdam y Portland, (Oregón) a partir del próximo 30 de Marzo. El vuelo operado por Northwest Airlines utilizará un Air-

bus A330-200 y a su llegada al Hub de Portland conectará con las excelentes rutas del área Pacífico de Northwest, Alaska Airlines y Horizon Air. A su vez la costa oeste de Estados Unidos dispondrá de más y mejores conexiones a toda Europa vía Ámsterdam.

Así mismo, KLM comenzará sus vuelos directos de Ámsterdam a Dallas-Fort Worth, Texas, en código compartido con Northwest Airlines también el 30 de Marzo de 2008. Serán operados con un Airbus 330-200 de KLM en configuración 30 World Business Class y 221 Turista. Con el comienzo de estas nuevas rutas, KLM y Northwest Airlines servirán en conjunto 257 vuelos semanales entre Europa y Norteamérica, Portland supone el vigésimo destino en Norteamérica que será ofrecido por la red combinada de KLM y Northwest desde el hub de Schiphol-Amsterdam, demostrando su clara apuesta por conectar Europa con cada vez un mayor número de destinos americanos.

Para más información contacte con su agente **Carlson Wagonlit Travel**

Comité Editorial

- ▶ Marino Faccini - Presidente España y Vice Presidente Ejecutivo Zonas Mediterránea y Latinoamericana
- ▶ Michel Durrieu - Director Marketing & Comunicación y Director Área Vacacional
- ▶ Myriam Barbadillo - Comunicación & Marketing

Princesa, 3, 4º - 28008 MADRID - Tfno.: (+34) 91 540 91 46 - Fax: (+34) 91 540 91 14

E-mail: marketing@carlsonwagonlit.es

Diseño Gráfico: Vivó i Garrido

