

the way **BUSINESS** moves 

ESPAÑA

INFORMES ANUALES 2004 - 2005

# memoria

2004-2005



Informes anuales  
2004 - 2005

**Carlson Wagonlit Travel**  
**España**

**Carlson  
Wagonlit**  
Travel®  




Handwritten notes on the document, including a date "10/14/04" and a name "Volando".

Printed text on the document, including "CARIBBEAN TRAVEL" and "CARIBBEAN TRAVEL" (repeated).

Logo for "CARIBBEAN TRAVEL" with a stylized wave graphic above the text.

Printed text at the bottom of the page, including "CARIBBEAN TRAVEL" and "CARIBBEAN TRAVEL" (repeated).

# Carlson Wagonlit Travel

## índice

INFORMES ANUALES 2004-2005 CARLSON WAGONLIT TRAVEL

<b>1. Carlson Wagonlit Travel</b>	PAG. 3
<b>2. Análisis de Marino Faccini</b>	PAG. 7
<b>3. Recursos Humanos</b>	PAG. 11
<b>4. Proximidad, flexibilidad y disponibilidad</b>	PAG. 13
<b>5. Account Management</b>	PAG. 15
<b>6. Calidad</b>	PAG. 18
<b>7. Tecnología</b>	PAG. 20
<b>8. Incentivos, convenciones y congresos</b>	PAG. 25
<b>9. Pymes</b>	PAG. 28
<b>10. Vacacional</b>	PAG. 29
<b>11. Resumen de estados financieros</b>	PAG. 30
<b>12. Cuentas anuales</b>	PAG. 33







INFORMES ANUALES 2004-2005 CARLSON WAGONLIT TRAVEL

## Carlson Wagonlit Travel

En el corazón de **Carlson Wagonlit Travel** hay un principio muy simple: La razón de ser de **Carlson Wagonlit Travel** es ayudar a las empresas a alcanzar sus objetivos estratégicos al mismo tiempo que responder a las necesidades de los viajeros de negocios. Establecemos alianzas con nuestros clientes, invirtiendo en capital humano y financiero para ofrecer un servicio inigualable en nuestro sector, al mismo tiempo que el máximo valor económico. El conocimiento exclusivo de los modelos de negocio de nuestros clientes, de las culturas corporativas, nacionales e internacionales y de las necesidades de viaje, nos capacita para ofrecer un profundo saber y competencia en todos los procesos de la gestión de viajes. Nuestra orientación a resultados y nuestro servicio proactivo de consultoría, aportan valor añadido a nuestros clientes, que tienen la seguridad de estar mejorando los resultados de sus empresas.

- **COMPETENCIA DEMOSTRADA:** Una trayectoria de éxito respaldada por resultados contrastados.
- **ORIENTACIÓN A RESULTADOS:** Orientación a la excelencia, ofreciendo el mejor servicio y resultados a nuestros clientes.
- **ESPÍRITU PROACTIVO:** Anticipando temas y tendencias y convirtiendo las posibilidades del mañana en ventajas de hoy para nuestros clientes.
- **ADAPTACIÓN CULTURAL:** Adaptación cultural: Profunda comprensión de que las culturas nacionales e internacionales y las corporativas son sutilmente diferentes, lo que permite que **Carlson Wagonlit Travel** ofrezca el mejor servicio y resultados a sus clientes a largo plazo.

## Carlson Wagonlit Travel en el Mundo

- Líder mundial en Viajes de Negocios
- Más de 130 años en el Sector de Viajes
- 3.000 puntos de venta en 150 países
- Ingresos anuales: 22.000 millones de dólares
- 17.000 profesionales
- Más de 50.000 empresas clientes

La fuerza combinada de nuestro saber hacer, nuestros recursos globales y nuestra experiencia moldean el estándar o camino por el que se mueve el sector de los viajes de negocios.

**Carlson Wagonlit Travel** es... *"The way business moves"*



## 120 años de viaje

**Carlson Wagonlit Travel** lleva más de 130 años en el mercado internacional de los viajes y una presencia de más de 120 años en España.

Los orígenes se remontan a un joven belga, **Georges Nagelmackers**, que recoge la idea del estadounidense **Pullman** que había lanzado con éxito los coches cama en Estados Unidos, y nace 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*, *Transiberiano*, *Orient Express* son el paradigma de los viajes de la época, en la que había viajeros, no turistas, con la carga romántica propia del momento.

En 1880 se pone en marcha la línea de coches cama Madrid Hendaya, significando una puerta de nuestro país a Europa y en 1883 se abre la primera agencia **Wagons-Lits** en España, donde comenzamos a dar servicio para 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 más 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, apasionado por los trenes y experto en sus guías, era consultado continuamente sobre ellos, ya que trabajaba al lado de la estación de trenes de San Agustín, en Florida, hasta que decidió aprovechar su pasión por los trenes y su conocimiento sobre ellos, abriendo su agencia de viajes, llamada "**Ask Mr. Foster**" 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 negocios: **Carlson Wagonlit Travel**, resultado de la fusión de **Carlson Travel Group** y de **Wagonlit Travel**. Esta nueva compañía representa los intereses de viajes de negocios 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 de ranking mundial ofreciendo el mejor servicio a sus empresas clientes.

Los años 2004 y 2005 seguimos realizando actos culturales con clientes y proveedores: Otorgamos por segunda y tercera vez los premios "*Mejor Proveedor*" de **Carlson Wagonlit Travel**, donde estuvieron presentes los mejores colaboradores del sector turístico y de viajes en España, pero donde solo "los mejores" fueron premiados por los empleados de **Carlson Wagonlit Travel**. En 2006 se continuarán estas actividades con clientes, empleados y proveedores.





# resultados

**MARINO FACCHINI**

Director General - V.P. Zona Mediterránea

## Resultados 2004 y 2005

**Tiene en las manos la Memoria 2004 - 2005 de Carlson Wagonlit Travel en España y le agradezco el interés que muestra por nuestra empresa.**

El principal desafío de 2004 fue la importante bajada de las comisiones ofrecidas a las agencias de viajes españolas por las compañías aéreas. En efecto, al igual que muchas otras compañías aéreas nacionales de otros países, Iberia, seguida de las demás compañías aéreas importantes que vuelan procedentes y con destino a España, ha bajado sus comisiones a las agencias en una media de 6,75% a 3% en enero de 2004, luego un 2,5% en julio de 2004, alcanzando un 1% en julio de 2005. Las agencias de viajes, acostumbradas a vivir de estas comisiones, tuvieron que revisar su modelo de negocios y adaptarse, como ocurrió hace varios años en Estados Unidos, luego en el norte de Europa, y posteriormente en prácticamente todos los demás países del mundo occidental. Gracias a su red internacional, **Carlson Wagonlit Travel** ha sabido anticipar esta tendencia y ha sabido proponer a sus clientes toda una serie de modelos de negocio adaptados a cada empresa-cliente.

La llegada de las empresas de "bajo coste" en España, así como el lanzamiento de las "tarifas reducidas" por parte de las compañías aéreas tradicionales, en respuesta a la competencia de las empresas de "bajo coste", han sido un desafío para **Carlson Wagonlit Travel**. Nuestro sistema informático ha sido revisado inmediatamente y se ha completado la formación de nuestros empleados para proponer a los viajeros que lo deseen esas tarifas, incluso si contienen numerosas restricciones. Este tipo de ventas representó en 2004 poco más del 1% de nuestras ventas totales.

Por último, podemos estar también satisfechos de haber podido ofrecer a nuestros clientes una mejor negociación con los proveedores, que son las compañías aéreas. De hecho, a pesar del aumento de las tasas y del combustible, el precio medio de un billete de avión emitido por **Carlson Wagonlit Travel** en 2004 ha disminuido un 4,4% mientras que el precio medio de un billete de avión emitido por todas las agencias de viajes de España en 2004 ha aumentado un 2,5%. Esto significa claramente que nuestros clientes se han beneficiado de una bajada de tarifas de un 6,9% aproximadamente en comparación con nuestra competencia.

Este objetivo de reducción de los costes a favor de nuestros clientes es claramente prioritario para nosotros y estamos contentos de haberlo podido lograr en 2004. El valor añadido de una empresa como **Carlson Wagonlit Travel** es esta reducción de gastos para sus empresas clientes, así como la gestión óptima de su presupuesto en viajes (creatividad, nuevas negociaciones, informaciones mensuales claras y detalladas, soluciones globales, etc.).

Nuestra estrategia para 2005, indicada por nuestro nuevo presidente Hubert Joly durante su visita a Madrid en otoño de 2004, se basaba en acentuar la negociación con los hoteles a favor de nuestros clientes. De hecho, observamos que todavía hay muchas empresas que no han negociado sus compras hoteleras en España y en el resto del mundo, o que siguen realizando sus reservas directamente. **Carlson Wagonlit Travel** propone a partir de ahora un programa concreto e importante de nuevas economías centralizando sus compras, seleccionando una cantidad menor de hoteles en cada ciudad y negociando para ellos tarifas más interesantes.

**Carlson Wagonlit Travel España** desarrolló con éxito, en 2004 y 2005, los siguientes **4 segmentos diferenciados:**

- **Viajes de empresa**
- **MICE (Meetings, Incentives, Congress, Events - Reuniones, Incentivos, Congresos y Eventos)**
- **DMC (Destination Management Company: actividad receptiva)**
- **Vacacional (Viajes de vacaciones para empleados de nuestras empresas clientes)**

**MARINO FACCINI**

Director General - V.P. Zona Mediterránea

Cada uno de estos 4 segmentos, muy vinculado a los otros, está dirigido y formado por equipos especializados que tienen como objetivo aumentar sus ventas, proponer nuevos servicios a precios reducidos y trabajar sobre incentivos y sinergias con nuestras empresas-clientes.

**El año 2004** fue un año lleno de acontecimientos, no todos positivos, y que afectaron, entre otros, al sector del turismo: neumonía asiática, guerra de Irak, atentados del 11 de marzo, exceso de capacidad de las compañías hoteleras y aéreas, entre otros. No obstante, fuimos capaces de superar con éxito los problemas relacionados con estos acontecimientos y me complace resaltar que los resultados de 2004 fueron superiores a los de 2003 y superiores a nuestro presupuesto. Pienso que nuestra empresa, al igual que otras, se ha acostumbrado a gestionar los problemas a diario, a ser flexible en su estructura, controladora en sus gastos, creativa en sus productos y emprendedora cuando se trata de invertir en la formación de sus colaboradores para ofrecer un servicio óptimo.

Por lo tanto, 2004 se grabará en nuestra memoria como un buen año, en el que nuestra empresa en España aumentó su volumen de negocios en un 6,02% (superior al aumento medio de los demás países europeos en los que opera **Carlson Wagonlit Travel**) y su beneficio en un 38,42%.

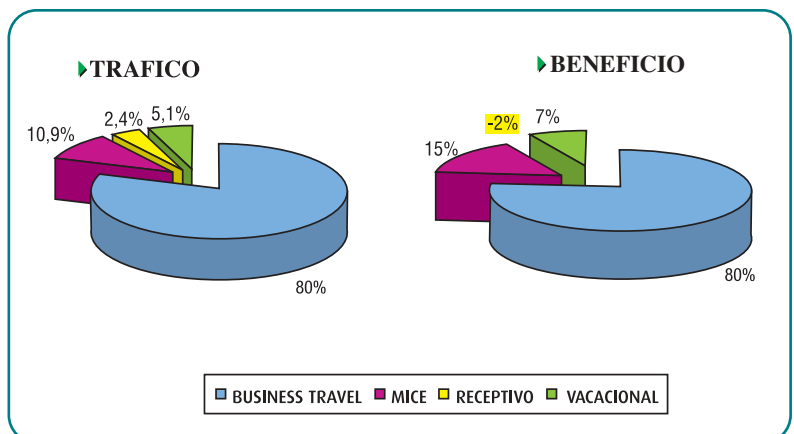
**El año 2005** quedará en nuestras memorias como el mejor año desde que existe **Carlson Wagonlit Travel** en España, incluso si el año 2004 ya fue un buen año. Hemos aumentado nuestro volumen de negocios un 11,53% y el beneficio también ha sido excepcional para una agencia de viajes. Sin embargo los buenos resultados logrados - incluso si son excelentes - no deben hacernos olvidar que la profesión del turismo es muy sensible a los diferentes azares coyunturales y que el mínimo suceso perturbador externo, tanto nacional como internacional, puede desembocar en una importante crisis, especialmente en sectores como el nuestro.

Actividad (KEUR)*	2004	2005	05 vs 04
Business Travel	368.000	415.368	12,87
M.I.C.E.	46.556	55.588	19,4
Receptivo (DMC)	15.772	12.239	-22,4
Vacacional	26.169	25.766	-1,54
<b>TOTAL CWT</b>	<b>456.497</b>	<b>508.961</b>	<b>11,49</b>

Ventas 2005 vs 2004

\*Cifras en miles de Euros

En 2005, el reparto del volumen de ventas (Tráfico) y del beneficio (OIBT) en estos 4 segmentos fue:





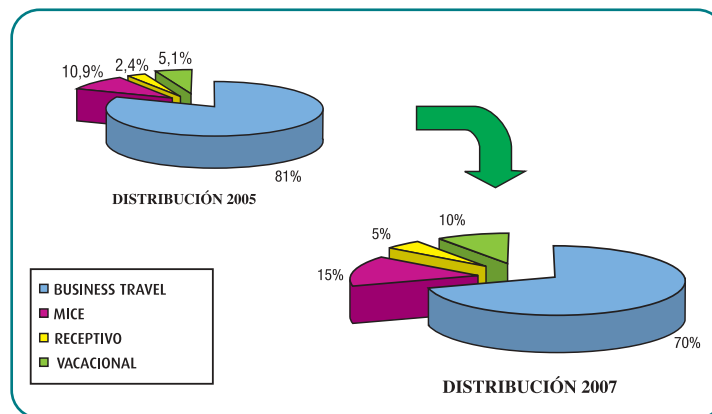
# perspectivas

**MARINO FACCI**

Director General - V.P. Zona Mediterránea

## Tendencias

Para los siguientes 2 años preveemos una importante evolución de los segmentos **MICE**, **DMC** y **VACACIONAL** y también en los viajes de empresa, aunque menos importante. El gráfico de abajo muestra la perspectiva hasta el 2007. El segmento de MICE debería crecer más en términos de porcentaje, ya que las empresas subcontratan cada vez más a agencias especializadas como **Carlson Wagonlit Travel** para organizar sus reuniones, congresos, etc., ya que **Carlson Wagonlit Travel**, como número 1 de este segmento en España y en Europa, está bien situada para adquirir nuevos contratos importantes.



El segmento de los viajes de empresa seguirá creciendo y en el 2005 se ha ganado 0,5 puntos de la cuota del mercado en un entorno extraordinariamente competitivo. La venta de viajes vacacionales a los empleados de las empresas-clientes es un segmento en pleno desarrollo gracias a la creación de 4 centros de llamadas especiales, con personal totalmente dedicado a este segmento. Por último, nuestra actividad DMC, algo afectada por los atentados de Madrid y el cambio de costumbres de los clientes extranjeros, ha crecido razonablemente en 2005, pero sobre todo esperamos crecer en 2006 y 2007 con la captación prevista de algunos tour-operadores extranjeros y la gestión de la acogida de sponsors y partners de varios equipos que participan en la 32ª América's Cup en Valencia.

Tras unos años dedicados a la reestructuración y con crecimientos moderados, hasta el 2004, hemos recuperado una estrategia de crecimiento y de mayor agresividad en la captación de nuevos clientes que empieza a dar sus frutos.

**MARINO FACCINI**

Director General - V.P. Zona Mediterránea

## Perspectivas 2006 y tendencias

**Nuestra estrategia para 2006**, ya iniciada en 2005 y anunciada por nuestro nuevo Presidente y CEO (Chief Executive Officer) Hubert Joly durante su visita a Madrid en otoño de 2004, se basó en acentuar la negociación con los hoteles en favor de nuestros clientes. De hecho, observamos que todavía hay muchas empresas que no han negociado sus compras hoteleras en España y en el resto del mundo, o que siguen realizando sus reservas directamente. **Carlson Wagonlit Travel** les propone ahora un programa concreto e importante de ahorro centralizando sus compras, seleccionando una cantidad menor de hoteles en cada ciudad y negociando para ellos tarifas más interesantes.

**El año 2006** debería experimentar el mismo crecimiento que el año anterior y nos debería traer resultados ligeramente más altos que los del 2005. Es verdad que si bien este hecho va a depender de varios factores, creo que vamos por buen camino.

Me gustaría concluir este breve análisis confirmando mi optimismo para 2006, (si no sucede ningún acontecimiento extraordinario). En un mercado muy competitivo, **Carlson Wagonlit Travel** es capaz de salir adelante, ganar sectores de mercado en todos los segmentos de su actividad (información confirmada por las cifras del primer trimestre de 2006) y especialmente en los viajes de empresa, donde consolidamos nuestra posición de número 2, y en MICE, donde ya somos número 1.

Continuamos controlando nuestros costes e incrementando nuestra productividad, con la ayuda del aumento del número de compañías que desean trabajar con herramientas de auto-reserva, lo que nos permite ofrecer unos precios aún más competitivos a nuestros clientes.

Por el apoyo de nuestra nueva estructura accionarial que será oficial en el transcurso del año 2006, la fidelidad de nuestros clientes (en su mayoría empresas) y el interés de nuestros "clientes potenciales" (empresas) por nuestros productos innovadores, nuestra calidad de servicio único y nuestros precios más que competitivos, estimamos que seguiremos creciendo de forma significativa en España en 2006 y en los años siguientes.

Agradezco sinceramente su interés por **Carlson Wagonlit Travel**.

# recursos humanos

INFORMES ANUALES 2004-2005 CARLSON WAGONLIT TRAVEL

## Recursos humanos

Las personas constituyen la verdadera ventaja competitiva de las empresas. Esta afirmación, universalmente reconocida, es particularmente cierta en las empresas del sector servicios, como es el caso de **Carlson Wagonlit Travel**.

Sin embargo para que la afirmación resulte cierta, deben cumplirse algunas condiciones.

Es necesario que:

- Las personas **CONOZCAN LO QUÉ** tienen que hacer
- Las personas **SEPAN CÓMO** hacerlo
- Las personas **QUIERAN** hacerlo

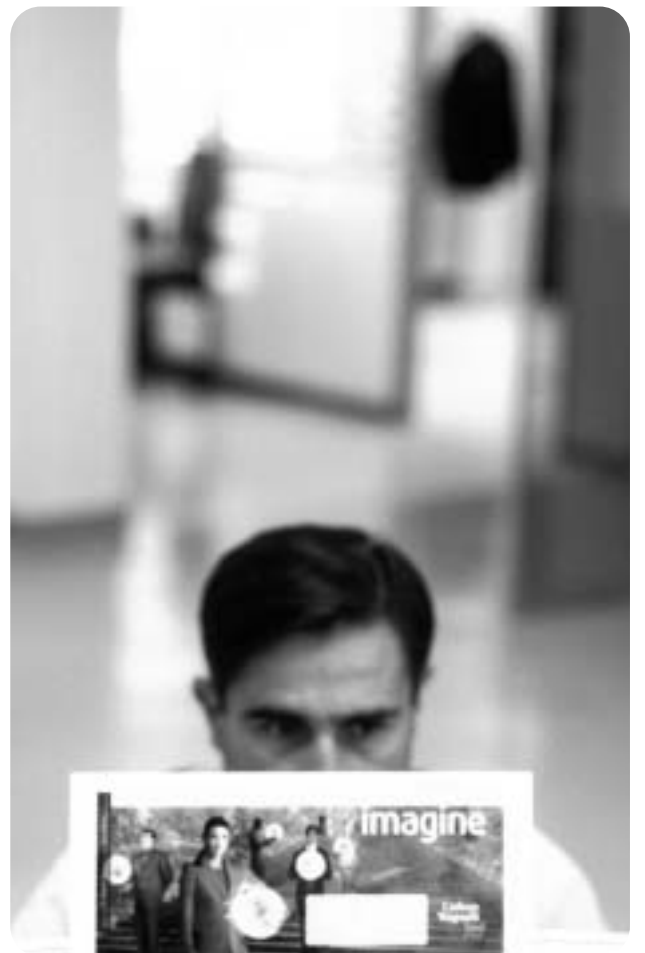
Sobre estos tres ejes se mueven las políticas y las prácticas de gestión de las personas en **Carlson Wagonlit Travel**:

- La Dirección, a todos los niveles, dedica una parte importante de su tiempo a comunicar y explicar su visión del mercado de los viajes de negocio, la estrategia a seguir por **Carlson Wagonlit Travel**, el compromiso radical con la calidad del servicio, así como a la definición y mejora constante de los procedimientos operativos.
- Otra área muy destacada de actuación es la formación continua, tanto en lo que se refiere a los aspectos técnicos de la actividad como a las habilidades personales. Este esfuerzo formativo, claramente reflejado en el cuadro adjunto, hace posible la permanente adopción de nuevas tecnologías que mejoran la calidad del servicio y la rapidez de respuesta a las exigencias crecientes de nuestros clientes.

AÑO	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Nº de empleados	813	771	737	720	768	828
Días/persona de formación	2413	2619	2967	2548	3282	3697
Días formación por empleado	3,0	3,4	4,0	3,5	4,31	4,46

- Lograr y mantener la motivación y el compromiso de las personas es un objetivo clave y permanente para la Empresa. El estilo de dirección abierto y participativo crea un ambiente de trabajo estimulante y cooperativo, acompañado con el establecimiento de sistemas de incentivación que refuerzan las líneas estratégicas de la Empresa.

Por todo ello **Carlson Wagonlit Travel** ha sido reconocida, en una encuesta que realiza la prestigiosa revista Actualidad Económica como la Agencia de Viajes más atractiva para trabajar en nuestro país, situándola como primera empresa del sector turístico y la nº 64 de todas las empresas a nivel nacional.





# organizar

INFORMES ANUALES 2004-2005 CARLSON WAGONLIT TRAVEL

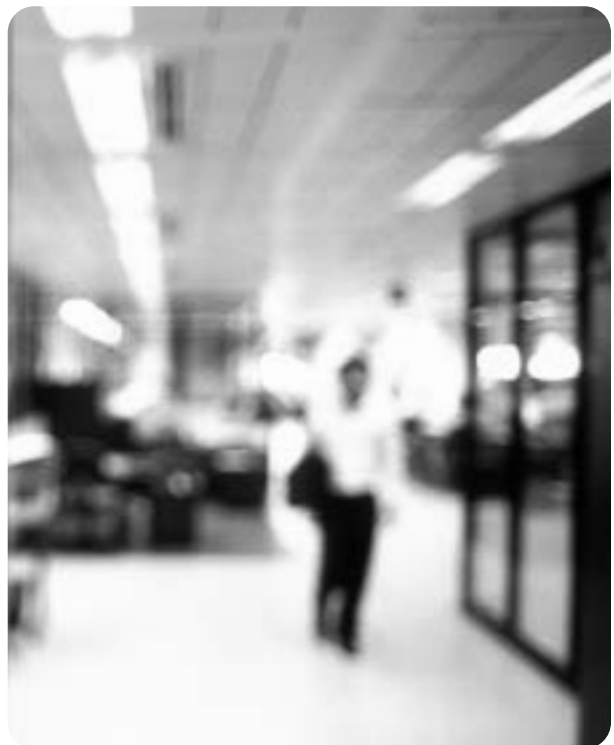
## Proximidad, Flexibilidad y Disponibilidad:

Nuestra red se adapta a cada cliente y a sus necesidades:

- 102 Implants (agencia ubicada en la propia empresa cliente para ofrecer un servicio exclusivo).
- 23 Business Travel Centres (BTC).
- 4 Centrales de Grupos y 3 Implants (especializados en Grupos).
- 10 Oficinas receptoras (Viajes Intersol/KeyDM)
- 4 Leisure Travel Center (Vacacional).



Los **BTCs (Business Travel Centers)** son centros que incorporan todas las nuevas tecnologías de comunicación y de gestión, más rápidas y eficientes, para garantizar una oferta homogénea de servicios de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes. En dependencia directa de cada BTC, según criterios geográficos, los **implants** –agencias ubicadas en las propias empresas– ofrecen un servicio exclusivo y adaptado a las necesidades de cada cliente, lo que garantiza la continuidad y el control operativo a nivel local.





# anticipar

INFORMES ANUALES 2004-2005 CARLSON WAGONLIT TRAVEL

## Account Management

Anticipar, pensar con antelación, aportar las mejores soluciones, innovar: nuestros Account Managers trabajan todos los días proactivamente para satisfacer las necesidades de las empresas.

El 70% de nuestras ventas es gestionado por Account Managers, que aconsejan a los clientes a elaborar y a seguir su política de viajes, a controlar los ahorros conseguidos y a analizarlos para implementar nuevas posibilidades de reducción de costes.

Nuestros **Account Managers** tienen una estrecha relación con los responsables de viajes (Travel Managers), primando en todo momento la optimización del presupuesto de viajes. Establecen alianzas con las empresas a través de todo el presupuesto de viajes y ofrecen un continuo flujo de medición, reporting e implementación de estrategias para reducir costes y mejorar continuamente el nivel de servicio.

Es un equipo única y exclusivamente dedicado a clientes, sin funciones de captación, por lo que todos los esfuerzos se enfocan en la fidelización y optimización de las cuentas de viajes de las empresas.

Para cumplir los objetivos del Cliente, de reducir sus costes totales de viaje, **Carlson Wagonlit Travel** ofrece un servicio de calidad unido al mejor precio. No obstante, para transformar compras individuales en una estrategia de compra, se requiere una gestión de viajes pro-activa. **Carlson Wagonlit Travel** proporciona al Cliente la especialización de un equipo de consultoría con experiencia en este sector, lo que diferencia a **Carlson Wagonlit Travel** de sus competidores.

Los Account Managers de **Carlson Wagonlit Travel** seleccionan, analizan, acuerdan y gestionan objetivos claros en las áreas más importantes para reducir el total de los costes de viajes. Esto se comprende dentro de dos elementos claramente definidos:

### Coste de la transacción

Enfocado en la petición y realización de la transacción a través de soluciones tecnológicas.

En **Carlson Wagonlit Travel** medimos la productividad según el número de transacciones por efectivo y según el coste por transacción.

### Coste del servicio

Gestión y negociación con los proveedores Aéreos, Hotel y Coche para obtener las tarifas con las mejores condiciones. La misma puede realizarse en nombre del cliente, conjuntamente con él o asesorándole para que obtenga el mejor resultado en su negociación.

### NUESTRA FILOSOFÍA CREATIVA EN LA GESTIÓN DE COMPRAS

Consiste en 5 áreas fundamentales.

#### Información

Obtener estadísticas de viajes, datos de coche, analizar el proceso de reserva de principio a fin, método de pago, política de empresa, configuración de servicio, acuerdos con proveedores

#### Conocimiento

Aplicar nuestro conocimiento del sector y condiciones del mercado

#### Entendimiento

Su cultura, necesidades y objetivos

#### Inteligencia competitiva

Oportunidades y estudio de mercado

#### Visión

Soluciones y recomendaciones personalizadas

Nuestros **Account Managers** consiguen optimizar los resultados entre otras cosas, gracias a herramientas desarrolladas por **Carlson Wagonlit Travel**, que permiten extraer estadísticas (MIS) que contengan, de forma precisa, toda la información necesaria para tomar decisiones.

## M.I.S. (Informes de gestión de viajes)

En la actualidad el capítulo de gastos de viajes es uno de los más importantes para las empresas que necesitan una información veraz, rápida y detallada para poder realizar sus presupuestos y racionalizar el gasto.

**Carlson Wagonlit Travel**, dispone de herramientas de vanguardia que son capaces de generar toda la información necesaria sobre la gestión de los viajes de nuestros clientes y adaptarla a la medida de cada uno de ellos de acuerdo a sus necesidades.

**El M.I.S.** (*Management Information System*) o **Sistema de Información de Gestión de Viajes**, aporta una serie de ventajas que sólo **Carlson Wagonlit Travel** puede ofrecer, tales como:

- ▶ Facilitar la toma de decisiones a la hora de confeccionar los presupuestos.
- ▶ Reducir la labor administrativa.
- ▶ Simplificar el control de los gastos.
- ▶ Realizar un seguimiento periódico de la política de viajes de cada empresa.
- ▶ Clasificar la información de acuerdo a la estructura organizativa de cada empresa.

### Dentro de estos informes, los más destacados son los siguientes:

- ▶ Resumen de Gastos de Viaje por Producto, Departamento y/o Localidad.
- ▶ Análisis de las 20 primeras Compañías Aéreas utilizadas y los 20 Pares de Ciudades.
- ▶ Análisis de las 20 primeras Compañías Aéreas utilizadas por mercado y tráfico.
- ▶ Top 20 Pares de Ciudades por tráfico Compañía y/o clase.
- ▶ Resumen de coches de alquiler / Resumen por cadenas hoteleras.

Pero quizá, los informes mas requeridos por nuestros clientes son aquellos relacionados con el ahorro. **Carlson Wagonlit Travel**, por medio de estos informes, facilita puntualmente la información relativa al ahorro obtenidos por nuestra gestión de la cuenta de viajes de cada empresa.

Aplicando las tarifas más convenientes de acuerdo a la política de viajes de nuestros clientes, **Carlson Wagonlit Travel** obtiene diariamente grandes ahorros para los mismos, los cuales se reflejan en los informes que proporcionamos, facilitando datos relativos a las cantidades y a los motivos del ahorro, tanto del realizado como del perdido.

### Los informes sobre ahorro son los siguientes:

- ▶ Análisis de Ahorro Aéreo.
- ▶ Análisis motivos de Ahorro Realizado. / Análisis motivos de Ahorro Perdido.
- ▶ Top 20 Pares de Ciudades por tráfico Aéreo.
- ▶ Ahorro Aéreo por pasajero.

INFORMES ANUALES 2004-2005 CARLSON WAGONLIT TRAVEL

Para poder aumentar nuestra capacidad de análisis hemos implementado en estos dos años nuevas herramientas como por ejemplo Benchtool y Discovery.

## Benchtool

Es una herramienta de Control y Gestión de los Acuerdos Comerciales que nuestros clientes tienen en vigor con sus proveedores de servicios aéreos y hoteleros.

La herramienta ha sido completamente desarrollada en departamento de Industry Relations, con especial preocupación por mantener la confidencialidad de los acuerdos propiedad de los clientes y está a disposición de los departamentos de Account Management y Ventas para facilitar su labor y fomentar la proactividad a la hora de mejorar las condiciones que los clientes puedan obtener de los proveedores. Y además:

## Discovery

Discovery es una herramienta de información, de análisis y de decisión basada en la Web de la cual tanto Account Management como clientes extraen datos sobre viajes y gastos correspondientes. Discovery se compone de tres elementos: el Explore View (informes multidimensionales, llamados internamente "cubos"), el Report View (informes predeterminados) y el Request View (informes hechos a medida). Algunos de los reportes disponibles son: Resumen de Gastos, Resumen de gastos por proveedor, Análisis de Aéreo, Resumen de Ahorros de Aéreo, Análisis de trayectos aéreos, Resumen de Aéreo, Reportes de Hotel, Principales Viajeros, Resumen mensual por los principales viajeros, Análisis de Coche, Análisis de los principales trayectos de tren, Principales pares de ciudades por proveedor con todos los viajeros.



## Calidad



La Certificación ISO es el reconocimiento nacional e internacional a la labor profesional de un equipo altamente cualificado, que trabaja para conseguir que nuestros clientes y proveedores nos consideren una parte importante de sus éxitos profesionales, tal y como reza nuestra Política de Calidad.



El alcance de esta certificación, es aplicable a toda nuestra organización, no sólo a nivel de nuestras unidades, sino también para nuestros departamentos de Central. Por ello, podemos considerarnos la primera de las grandes Agencias de Viajes españolas en obtener tal nivel de reconocimiento.

Esta certificación **ISO 9001:2000\*** otorgada a **Carlson Wagonlit Travel** en diciembre de 2002, bajo acreditación

**ENAC** (nacional)

**UKAS** (internacional)

Alcanza a todas las oficinas de la Compañía BT y MICE (departamentos de Central y todas sus Unidades operativas) dedicadas a: **Diseño y Gestión de Viajes y Eventos de Empresa**

Estas certificaciones, reconocimiento de la madurez y eficacia de nuestro Sistema de Calidad, confirman nuestra voluntad de desarrollarnos en una línea de mejora continua para dar cada día una respuesta más ajustada a las expectativas de nuestros Clientes, tal y como expresamos en nuestro documento sobre Política de Calidad, expuesto en todas nuestras oficinas.

Es una satisfacción para **Carlson Wagonlit Travel** poder anunciar, que tras haber pasado con éxito la auditoria de BVQI, en **2005, hemos recibido la nueva Certificación ISO 9001:2000\*** que reconoce los logros alcanzados en materia de Calidad y que tendrá vigencia hasta el 19 de enero de 2009

\* **Carlson Wagonlit Travel** obtuvo la primera certificación en diciembre de 2002

\*\* BT (Business Travel/Viajes de Negocios) – MICE (Reuniones Incentivos, Congresos y Eventos)

*Nota: En el proceso de mejora continua que nos compromete con la Calidad, hemos iniciado en 2005 los trabajos y procedimientos para extender el alcance de estas certificaciones a nuestras actividades receptiva y vacacional, para poder seguir siendo la primera gran agencia de viajes española que tiene incluida en su certificación de calidad todas las actividades que desarrolla.*



INFORMES ANUALES 2004-2005 CARLSON WAGONLIT TRAVEL

## Encuesta de calidad 2005

### Extracto de los Resultados de la Encuesta de Calidad

Por cuarto año consecutivo **Carlson Wagonlit Travel** realizó durante los meses de septiembre y octubre su Encuesta Anual de Calidad de Servicio. El objetivo de esta encuesta es tanto conocer el grado de satisfacción de nuestros clientes como detectar las oportunidades de mejora.

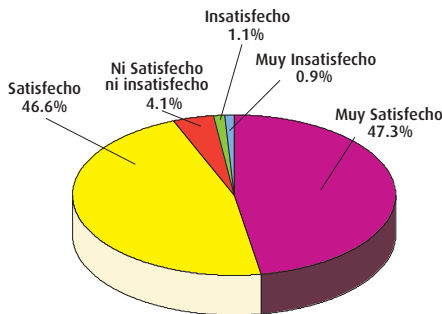
Un año más, los resultados de la encuesta han sido plenamente satisfactorios, tanto por la cantidad de respuestas recibidas – lo que agradecemos a los clientes participantes – como por el buen resultado en cuanto al nivel de satisfacción alcanzado.

Se analizan los resultados obtenidos del análisis de más de 1000 respuestas. Un total de 758 respuestas a la Encuesta de Calidad de Viajeros y 321 a la Encuesta de Responsables de viajes.

#### OPINIÓN SOBRE LOS SERVICIOS PRESTADOS POR CARLSON WAGONLIT TRAVEL

Prestación de Servicios:

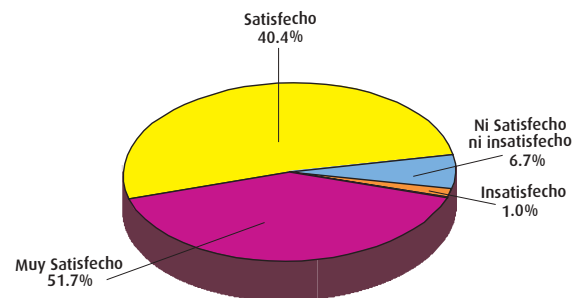
Verdadero valor añadido de **Carlson Wagonlit Travel**



#### OPINIÓN SOBRE EL GRADO DE SATISFACCIÓN AL REALIZAR LAS RESERVAS CON UN ASESOR DE VIAJES CARLSON WAGONLIT TRAVEL EN CUANTO A PROFESIONALIDAD, EDUCACIÓN Y CONOCIMIENTOS

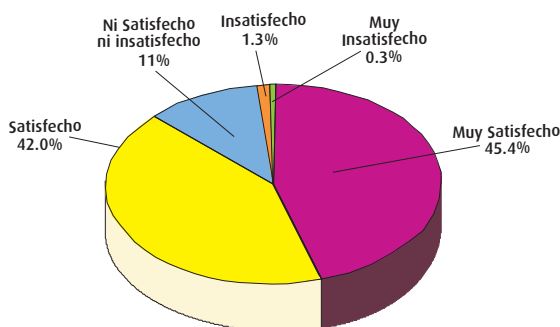
El servicio de **Carlson Wagonlit Travel**

a nuestros clientes: la fuerza de nuestros recursos humanos



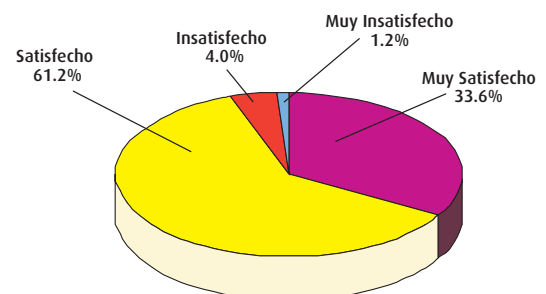
#### SATISFACCIÓN EN TORNO AL MODO DE RESPUESTA DEL AGENTE DE VIAJES REFERIDO A CUATRO ASPECTOS DIFERENCIADOS, ATIENDEN A MIS PREFERENCIAS CUANDO ES POSIBLE, PROPORCIONAN RESERVAS DE VIAJES PRECISAS, RESPONDEN RÁPIDAMENTE A LAS LLAMADAS, A LAS SOLICITUDES ENVIADAS POR MAIL Y POR FAX

La rapidez en el servicio al cliente: prioridad para **Carlson Wagonlit Travel**



#### GRADO DE SATISFACCIÓN GENERALIZADO CON EL ACCOUNT MANAGER QUE GESTIONA LA CUENTA

El servicio especializado a los clientes: Interés primordial para **Carlson Wagonlit Travel**



Para **Carlson Wagonlit Travel** es una satisfacción el constatar la continua mejora en la calidad del servicio que damos a nuestros clientes. Si bien los resultados obtenidos son muy satisfactorios, para continuar manteniendo e incluso mejorar el nivel de calidad, ya se han puesto en marcha las acciones correctivas necesarias.

## Tecnología

**CARLSON WAGONLIT TRAVEL** se ha distinguido siempre por el uso avanzado de la tecnología para satisfacer las necesidades de nuestros clientes en todo lo relacionado con la optimización de los viajes tanto de negocio como particulares. Para cumplir este objetivo, hemos desarrollado e integrado un amplio número de herramientas que podemos agrupar en tres epígrafes según la parte del proceso que facilitan:

- **Reserva eficiente.**
- **Acceso on-line**
- **Información estadística**

### Reserva eficiente

La optimización de los viajes de negocio es una tarea que se debe asegurar reserva tras reserva. De ahí el énfasis que ponemos por asegurar el acceso a las mejores tarifas disponibles en cada momento tanto en los sistemas tradicionales de reservas como en internet, en aplicar la política de empresa y en hacer un seguimiento de la reserva para mejorar en su caso las opciones iniciales. La consecución de estos objetivos manteniendo unos tiempos de respuesta y costes de proceso adecuados exige la utilización coordinada de múltiples herramientas.

### Perfiles y Política de Empresa: Travel Choice, Value Pricer y Aqua

Los **GDSs (Global Distribution Systems)**, en nuestro caso Amadeus, son hoy por hoy el sistema más eficaz de acceder a las disponibilidades de vuelos y tarifas, especialmente en los viajes de empresa en los que las tarifas negociadas y la política de empresa juegan un papel clave.

En la base del trabajo de nuestros agentes está el uso de perfiles, tanto de empresa como de pasajero, que nos permiten conocer la política de viajes de las empresas clientes y las preferencias personales de los pasajeros y poder utilizarlos automáticamente en nuestras reservas a través de GDS.

**Travel Choice**, desarrollado por Amadeus para **Carlson Wagonlit Travel**, utiliza la información recogida en los perfiles al realizar la reserva. **Value Pricer** realiza en segundos una búsqueda de todas las combinaciones, para itinerarios complicados, y asegura una oferta pro-activa de la mejor tarifa disponible en ese momento.

Las reservas aéreas así gestionadas son revisadas y enviadas a un sistema de calidad automatizado, llamado **Aqua**, que controla todas las reservas aéreas realizadas por Carlson Wagonlit Travel hasta el momento de su emisión definitiva.





INFORMES ANUALES 2004-2005 CARLSON WAGONLIT TRAVEL

- ▣ **Módulo de Control de Calidad** verifica si las reservas están realizadas en conformidad con la política de viajes.
- ▣ **Módulo de Tarifas «reservas aéreas»**, no sólo verifica si la tarifa más barata ha sido aplicada conforme al itinerario, sino que comprueba, hasta que el billete esté emitido, si existen tarifas más baratas, para en su caso poder modificarla.
- ▣ **Módulo de Listas de Espera**, verifica durante las 24 horas del día si se libera una plaza y procede a confirmarla de forma automática.
- ▣ **Módulo de Asientos**: al igual que el módulo anterior, si el asiento solicitado no estaba disponible en el momento de realizar la reserva, **Aqua** comprueba de forma continua si se le puede asignar el asiento deseado.

## Acceso a tarifas de Internet (LCC e IATA): CWT Webfares

Nuestras empresas clientes nos pedían que les proporcionáramos un acceso completo, sencillo y transparente a todo tipo de vuelos y tarifas disponibles, incluyendo aquellas solamente publicadas en Internet. Ninguna de la herramientas existentes en el mercado nos daba una solución satisfactoria, así que decidimos desarrollar una herramienta que consolidase en una única interfaz la reserva de vuelos en Compañías de bajo coste (LCCs), tarifas publicadas en las paginas web de las compañías aéreas regulares ó tradicionales (solo disponibles en Internet) y en otras paginas de los portales "punto com".

Esta herramienta nos permite gestionar para nuestros clientes los vuelos de bajo coste de una forma eficiente e integrar la información de dichas ventas en nuestros sistemas de información.

## Programa de hoteles: HARP (Hotel Automated Rate Program)

**Carlson Wagonlit Travel** cuenta con una base de datos de más de 80.000 hoteles, donde se registran las tarifas públicas y las tarifas negociadas por CARLSON WAGONLIT TRAVEL, que pueden llegar a suponer un ahorro del 40% sobre el resto.

Esta base de datos tiene un fácil acceso a través del programa **G.A.H.P. (Global Alliance Hotel Program)** en la página web [www.CarlsonWagonlitTravelpreferredhotels.com](http://www.CarlsonWagonlitTravelpreferredhotels.com), donde se ofrecen hoteles en más de 3.000 ciudades de 158 países.



## Gestión de Eventos: EBMS (Event Business Management System)

EBMS es un sistema para la gestión de eventos de negocios (incentivos, reuniones convenciones, jornadas, congresos, cruceros eventos especiales, etc.), que desde enero 2005 estamos implementando en diferentes fases en todas las unidades de MICE y DMC (CWT Events y KeyDM) de España. EBMS está en plena fase de implementación y desarrollo no sólo en España sino simultáneamente, en países como Holanda, Reino Unido, Alemania, Dinamarca y Suecia, pioneros junto con España en este proyecto.

Este software permite mantener actualizada nuestra base de datos de clientes gracias a su módulo de CRM (Customer Relationship Management), siendo de gran utilidad para el Departamento de Marketing y Ventas de las unidades de grupos, cuyo equipo puede llevar al día el seguimiento de sus cuentas. Asimismo, a nivel de Operaciones, facilita el control de la gestión de presupuestos y eventos confirmados y, en un futuro cercano, incluso facturar desde el sistema gracias a la interfaz que se está desarrollando actualmente entre EBMS y Wings (nuestro sistema front office de facturación y gestión). Esperamos que EBMS esté plenamente implementado y operativo durante el año 2006

## Acceso on-line

### Un portal: CWT Connect

Con el objeto de desarrollar un portal que recoja las necesidades específicas del viajero de empresa, **Carlson Wagonlit Travel** ha desarrollado **CWT Connect** en el que se integran las diferentes herramientas y accesos relacionados con la gestión de sus viajes. Además de la herramientas de auto-reserva correspondiente, este portal permite al usuario acceder a la información necesaria sobre destinos, horarios disponibles, itinerarios emitidos e incluso acceder a las aplicaciones propias de su empresa.

En función del grado de personalización requerida por el cliente se ofrecen 3 plataformas:

- **CWT Connect Express** (sin personalización alguna)
- **CWT Connect Business** (baja personalización)
- **CWT Connect Enterprise®** (alta personalización).

Las reservas on-line generadas a través de estos portales son gestionadas en un centro especializado, **OFC (On-line Fulfilment Center)**, con medios y procedimientos específicos (help-desk de usuarios, automatismos...).

La oferta on-line se complementa con nuestro servicio tradicional (off-line) en nuestras oficinas locales. Los informes estadísticos generados recogen la actividad total del cliente a través de ambos canales.





INFORMES ANUALES 2004-2005 CARLSON WAGONLIT TRAVEL

## CWT Connect Express / CWT Connect Business

Son las dos propuestas de **Carlson Wagonlit Travel** para el mercado on-line para PYMES. Ambas incorporan la herramienta de auto-reserva KDS-Portal con acceso a las tarifas negociadas **Carlson Wagonlit Travel** y a CWT Webfares. CWT Connect Business permite además personalizar la política de viajes incorporando acuerdos específicos con proveedores.

## CWT Connect Enterprise®

Para aquellos clientes que requieren una mayor personalización del portal con el objeto de aprovechar al máximo todas las opciones que ofrece el mismo, la propuesta de **Carlson Wagonlit Travel** es nuestro portal CWT Connect Enterprise®.

Esta herramienta permite al cliente la plena integración con sus sistemas e incluir contenidos específicos para sus viajeros. Se puede incorporar cualquiera de las herramientas de auto-reserva comunes en el mercado. **Carlson Wagonlit Travel** tiene acuerdos de distribución con las 3 más importantes en el mercado español:

- **KDS Corporate**
- **GetThere**
- **Amadeus e-Travel Management**

Todas ellas son herramientas multi-GDS, con soporte internacional y se integran perfectamente con los sistemas propios de **Carlson Wagonlit Travel** como Portrait.

## Gestión de perfiles: PORTRAIT

Esta herramienta permite a los viajeros mantener su propio perfil, lo que facilita la actualización de los mismos y asegura la máxima eficacia de las herramientas de auto-reserva. Los perfiles gestionados por Portrait son actualizados en el GDS, lo que garantiza la actualización de la información en las reservas realizadas por **Carlson Wagonlit Travel** off-line.

## Gestión de incidencias: CSA (Customer Service Application)

Esta aplicación permite un seguimiento de los comentarios, positivos o negativos, que nuestros clientes realizan sobre los servicios recibidos por parte de las compañías aéreas, hoteles, compañías de coches de alquiler o sobre **Carlson Wagonlit Travel**.

## Un buscador viajes particulares: CWT Express

**Carlson Wagonlit Travel** ha potenciado, como servicio añadido a sus clientes de empresa, la posibilidad de reservar sus viajes particulares con unas condiciones especiales y un servicio exclusivo. Siempre con la voluntad de seguir la evolución del mercado en diciembre de 2004, se llegó a un acuerdo con Rumbo, que nos garantizaba una herramienta tecnológica de última generación y un servicio al cliente basado en los más elevados estándares de calidad, acorde con la filosofía de **Carlson Wagonlit Travel** y con las expectativas de nuestros clientes.

El compromiso adquirido por ambas compañías incluye la creación de un espacio denominado "CWT Express" integrado en nuestra página vacacional ([www.carlsonwagonlit.es/vacaciones](http://www.carlsonwagonlit.es/vacaciones)) dedicado a las reservas on-line de, billetes de avión (incluido compañías de bajo coste), hoteles, alquiler de vehículos y "paquetes dinámicos".

"CWT Express" está considerada una de las mejores ofertas del mercado para la reserva de viajes privados, no solo en términos tecnológicos sino también en tarifas y nivel de servicios ofrecidos (paquete dinámico exclusivo, sistema súper buscador, reconfirmación del vuelo con SMS, etc.).

## Información estadística

La información es poder ... y requisito para gestionar cualquier área de la empresa. Por esta razón una de nuestras prioridades ha sido siempre proporcionar al cliente toda la información pertinente y facilitarle herramientas para su gestión.

Los primeros **informes M.I.S.** se complementaron en su momento con una herramienta de usuario InterAct diseñada para el análisis y tratamiento de esa información de forma eficiente por parte del propio responsable de la empresa.

En 2004 incorporamos **Glory**, una base de datos global que tiene el fin de proporcionar información centralizada relativa a los viajes realizados por los clientes de Carlson Wagonlit Travel en el mundo. Desde 2005, esta información es accesible por parte de los propios clientes a través de internet gracias a **Discovery** en informes ya diseñados (**Report View**) o que el propio cliente puede producir en el momento (**Explore View**). La opción de bajar la información bruta en formato electrónico permite al cliente realizar cualquier tipo de manipulación e integración con sus propios sistemas.

Esta información es complementada con la labor de nuestros Account Managers que ayudan al cliente tanto en la manipulación como en la interpretación y gestión de los datos.





INFORMES ANUALES 2004-2005 CARLSON WAGONLIT TRAVEL

## Incentivos, convenciones y congresos:

**"CUANDO UNA EMPRESA PROGRAMA UN EVENTO COMPROMETE MUCHO MÁS QUE UNA CANTIDAD DE DINERO, PONE EN RIESGO ALGO MÁS QUE UN PRESUPUESTO"**

Las empresas y no sólo las multinacionales, también las grandes y medianas empresas nacionales, tienen la necesidad cada vez más acusada, de comunicar y compartir planes y proyectos con sus colaboradores. Promover el intercambio de opiniones y experiencias y consolidar el sentimiento de pertenencia a una marca, etc.

Todo ello crea la necesidad de promover reuniones, convenciones, seminarios que permitan crear el ambiente adecuado para conseguir los fines que se pretenden.

La necesidad de vender, alcanzar o superar determinados objetivos, crear ambiente y espíritu de equipo, lanzar o presentar nuevos productos, precisa de estímulos adicionales o escenarios adecuados que propicien la consecuencia del éxito deseado y nada mejor para ello que el viaje como elemento motivador, el viaje de incentivo.

La operación de este tipo de eventos corporativos nada tiene que ver con la gestión de una cuenta de viajes de negocio. Precisa de una gestión especializada, totalmente orientada a esta específica actividad, que requiere de medios técnicos y equipos humanos plenamente especializados.

**Carlson Wagonlit Travel** consciente de los específicos requerimientos del mercado de eventos, creó una División de Negocio Especializada y dedicada en exclusiva, a la gestión de grupos corporativos, viajes de incentivo, convenciones, congresos, lanzamiento y presentación de productos, cursos de formación con actividades de "outdoor training" etc., que se ha posicionado como líder en España en este mercado.

Estructurada en torno a una dirección ejecutiva y cuatro Centrales de Grupos, ubicadas en Barcelona, Bilbao, Madrid y Valencia, esta división de negocio ha sido dotada de modernas instalaciones y de los medios técnicos más avanzados y sobre todo, de una plantilla de profesionales cuya elevada cualificación y experiencia es ampliamente reconocida en el mercado, constituyendo, sin duda, su mejor activo.

### TRÁFICO DE LA DIVISIÓN DE GRUPOS (INCENTIVOS, CONVENCIONES Y CONGRESOS)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Ventas</b>	39.066	45.677	49.339	54.780	62.328	67.827
<b>Eventos</b>	1.400	1.600	1.740	1.800	1.910	2.100
<b>Pasajeros</b>	120.000	135.000	145.000	170.000	185.000	196.000

## CWT EVENTS

Las Centrales de Grupos de **Carlson Wagonlit Travel** están, a su vez, estructuradas en equipos, con un jefe de equipo al frente. Cada equipo atiende a un determinado número de clientes, lo que nos permite prestar un servicio altamente personal y profesionalizado. Nuestros clientes tratan siempre con las mismas personas, profesionales que conocen perfectamente sus necesidades, sus requerimientos y políticas, lo que permite la total conjunción entre ambas partes y asegura el éxito de las operaciones.

## INTERSOL / KEYDM

**Viajes Intersol S.A.**, agencia especializada en operaciones receptoras, se ha integrado en la sociedad **Carlson Wagonlit Travel** desde el 1 de Enero de 2004.

La integración de la actividad receptiva de Viajes Intersol dentro de la División de Grupos de **Carlson Wagonlit Travel** aprovecha evidentes sinergias en las operaciones de grupos corporativos (Incentivos, Convenciones, Congresos etc.) incrementando la productividad mediante la reducción de costes, y permitiendo a **Carlson Wagonlit Travel** liderar este segmento del mercado español, tanto en el tráfico emisor (nacional) como en el receptor (internacional).

En 2005 **Carlson Wagonlit Travel** ha creado la marca **KEY DESTINATION MANAGEMENT**, (KeyDM). Esta nueva marca irá sustituyendo progresivamente en España en 2006 a la marca Intersol. Se comercializarán las operaciones receptoras especializadas en MICE, (Meetings, Incentives, Conferences and Events), para asegurar su competitividad en el mercado del MICE en términos de calidad, precisión y servicios en los destinos.

**KeyDM** en España y en otros países de EMEA (Europa Middle East Africa) continuará prestando servicio en el área vacacional a los tour operadores, tanto nacionales como extranjeros y a otras redes internacionales competidoras de **Carlson Wagonlit Travel**.

**KeyDM** se apoya en numerosos países de la Zona EMEA en estructuras existentes de **Carlson Wagonlit Travel** para garantizar un desarrollo en las mejores condiciones.



## 32ª America's Cup en Valencia (2006 - 2007)

El equipo Alinghi ganador de la última edición de la America's Cup en 2003, ha elegido Valencia como sede de la 32ª edición de la America's Cup 2007. La vuelta del trofeo deportivo más antiguo del mundo a Europa, tras 150 años de ausencia, nos va a permitir vivir en directo esta competición, cubierta por los medios de comunicación de todo el mundo, y disfrutar de la ciudad de Valencia.

**Carlson Wagonlit Travel** como agencia de viajes líder a escala mundial, con presencia en España desde hace más de 120 años, no podía perderse la oportunidad de proporcionar a los equipos sus servicios para la organización de sus viajes y eventos, y a sus clientes, la oportunidad de poder vivir una auténtica experiencia única para ver en directo el trabajo y el ambiente creado en la lucha diaria de los 12 equipos participantes en esta competición.

**Carlson Wagonlit Travel España** es desde el principio «Agencia y partner oficial» de los equipos Alinghi y Areva Challenge y da servicio a varios otros equipos participantes en la 32ª America's Cup.

Como queríamos dar a nuestras empresas clientes la posibilidad no sólo de entrar en el mundo de la vela, sino de compartir y descubrir la vida de un equipo durante los entrenamientos y la competición (mayo-junio 2006 y de abril a julio 2007), el Equipo Areva-Challenge nos abrirá sus puertas. Hemos creado conjuntamente con el equipo unos programas exclusivos descritos en nuestra página Internet [www.cwt-valencia2007.com](http://www.cwt-valencia2007.com), que nos permitirán poder disfrutar de una experiencia inolvidable.

Con el fin de asegurarnos las mejores condiciones y vivir esta experiencia de cerca, **Carlson Wagonlit Travel** ha construido, en 2005, en colaboración con el equipo Areva Challenge un "barco VIP" de seguimiento oficial con autorización para entrar en el perímetro de competición.

**Toda la gestión operativa y logística será gestionada por nuestro equipo de CWT Events Valencia**

Plaza del Ayuntamiento, 8 - 2º, Puerta.  
46002 Valencia  
Tel. +34 96 302 11 10  
[valencia@carlsonwagonlit.es](mailto:valencia@carlsonwagonlit.es)

Más información: [www.cwt-valencia2007.com](http://www.cwt-valencia2007.com)



## PYMES (Estrategia, organización, corporate select, acuerdos Cámaras)

### Servicios y Ventajas para las PYMES

**CARLSON WAGONLIT TRAVEL** pone a disposición de las PYMES la mejor oferta integral de servicios para sus viajes profesionales.

Tenemos en cuenta tanto los puntos críticos de interés para la empresa como la seguridad y comodidad de los viajeros, haciendo especial hincapié en el ahorro de coste.

A continuación desarrollamos la información sobre las características de nuestra oferta de servicios y las ventajas que pueden suponer para las PYMES:

#### ▣ Profesionalidad y Calidad

- Calidad de Atención y horario ininterrumpido
- Ahorro de tiempo en consultas y tramitación de reservas. Teléfono, correo electrónico, portal de viajes para PYMES...
- Informes de Gestión

#### ▣ Tecnología

- Las herramientas más avanzadas para la gestión de los viajes (automatización de todos los procesos)
- Ahorro de tiempo (procesos internos) y de costes
- PORTAL DE VIAJES dedicado a las PYMES que ofrece la posibilidad de consultar horarios y disponibilidades, buscar los mejores precios del mercado en billetes de avión, noches de hotel y alquiler de coches, informarse y beneficiarse de programas específicos de fidelización y descuentos, hacer reservas online con acceso a las mejores tarifas y a todo tipo de proveedores de los servicios y acceder a la información estadística de los gastos de viajes de su empresa.

#### ▣ Gestión de Tarifas

- **Avión:** Aplicación de las mejores tarifas existentes en el mercado y acceso e información a los programas especiales para PYMES de la compañías aéreas, en algunos casos con beneficios especiales para los clientes **Carlson Wagonlit Travel**.
- **Tren:** Acceso a las mejores tarifas y descuentos.
- **Hoteles:** Tarifas especiales para los colectivos de PYMES , acceso a la mayor oferta de tarifas especiales negociadas a nivel mundial.
- **Alquiler de Coches:** Tarifas especialmente negociadas.
- **Ferías:** Descuentos, para determinados colectivos, por la compra de viajes organizados para la asistencia a ferias nacionales e internacionales
- **Seguros:** Descuentos en la contratación de viaje de empresa y particulares
- **Programas de Vacaciones:** Descuentos especiales por la compra de programas preparados para vacaciones de los empleados de nuestras empresas clientes.

A través de diferentes Asociaciones, colectivos de PYMES y Cámaras de Comercio las PYMES podrán obtener ventajas específicas para la gestión de los viajes profesionales de sus empleados gracias a cuerdos alcanzados con **Carlson Wagonlit Travel** para beneficio de sus socios.

## VACACIONAL

**Carlson Wagonlit Travel** como líder en el mundo de los Viajes de Negocios quiere proporcionar también a sus empresas clientes un servicio exclusivo para los viajes privados de sus empleados.

Desde marzo del 2004, conscientes de las expectativas de nuestros clientes, en términos de calidad de servicio y del escaso tiempo disponible para informarse y realizar sus reservas privadas, hemos creado un departamento especializado en viajes para vacaciones. Teniendo en cuenta que **Carlson Wagonlit Travel** no tiene un mayorista propio, como es el caso de la mayoría de nuestros competidores, proponemos a nuestros clientes los productos que más se adecuan a sus gustos o necesidades de una forma profesional y neutral, otorgando descuentos especiales. Para facilitar la reserva a nuestros clientes, los expertos **Carlson Wagonlit Travel** se encargan cada día de seleccionar los mejores proveedores y los productos con mejor relación calidad-precio del mercado.

Para informarles y aconsejarles hemos creado un portal Internet dedicado, [www.carlsonwagonlit.es/vacaciones](http://www.carlsonwagonlit.es/vacaciones), que incluye un motor de reserva de última generación (CWT Express) y una línea directa específica 902.500.528 atendido por expertos.

Nuestro portal vacacional [www.carlsonwagonlit.es/vacaciones](http://www.carlsonwagonlit.es/vacaciones) se ha incorporado, de forma personalizada, en más de 70 intranets de nuestras empresas clientes. Incluye una información actualizada y completa sobre más de 300 viajes programados seleccionados por nuestros expertos ("Nuestra selección"), más de 2000 ofertas de "Última hora" y desde 2005 el motor de reserva "**CWT Express**".



CWT Express permite la reserva online de vuelos, hoteles, alquiler de coches, y ofrece un sistema de "paquete dinámico" que da la posibilidad al viajero confeccionar su viaje a medida aprovechando las mejores ofertas de vuelo y de hotel en una única consulta.

En 2005 también se ha creado el "**Club CWT Vacaciones**". Sus miembros tienen acceso al "**Espacio Club Exclusivo**" con ofertas exclusivas, descuentos especiales y la posibilidad de utilizar un servicio VIP de línea directa con nuestros Expertos. Este servicio permite solicitar entrevistas

telefónicas con un experto **Carlson Wagonlit Travel**, dependiendo del destino y/o del tipo de viaje (eligiendo la hora y el día).

El servicio Vacacional es un valor añadido para Nuestros Clientes de Empresa.

## estados financieros

INFORMES ANUALES 2004-2005 CARLSON WAGONLIT TRAVEL

## Resumen de estados financieros

## RESULTADOS DE GESTION

(Cifras en miles de Euros)

AÑO	2005	2004	2003
<b>CIFRA DE NEGOCIOS</b>	<b>492.263</b>	<b>441.390</b>	<b>416.341</b>
<b>INGRESOS NETOS</b>	<b>47.797</b>	<b>40.838</b>	<b>35.575</b>
Gastos de Personal	-29.567	-26.932	-23.447
Local	-1.833	-1.851	-1.761
Telecom., Correos y Mensajería	-1.408	-1.472	-1.429
Amortizaciones	-396	-321	-603
Resto Gtos de Explotación	-3.046	-3.178	-1.753
Asistencia Técnica	-4.251	-4.023	-3.647
Gastos Financieros (Inc. Comisiones)	-848	-680	-576
<b>RESULTADO ANTES EXCEPCIONALES</b>	<b>6.448</b>	<b>2.381</b>	<b>2.358</b>
Excepcionales	-508	-805	-756
Amortización Fondo Comercio	-116	-116	-116
Impuestos diferidos	-790	280	-229
<b>RESULTADO NETO</b>	<b>5.034</b>	<b>1.740</b>	<b>1.257</b>

## RATIOS RELEVANTES

	2005	2004	2003
<b>ROI</b> (Rdo. Neto / Fondos Propios medios)	68,3%	43,7%	49,8%
<b>Ratio Solvencia</b> (Activo Circul / Pasivo Circul)	1,15	1,09	1,06
<b>Ratio Endeudamiento</b> (Pasivo Exigible / Fondos Propios)	5,21	9,41	14,17

## BALANCE

(Cifras en miles de Euros)

	2005	2004	2003
<b>ACTIVO</b>			
Inmovilizado	4.312	3.432	3.583
Clientes y otros deudores	47.365	39.391	35.744
Tesorería	9.718	7.717	7.905
Ajustes por periodificación	-	3	8
<b>Total Activo</b>	<b>61.395</b>	<b>50.543</b>	<b>47.240</b>
<b>PASIVO</b>			
Fondos Propios	9.888	4.854	3.114
Provisiones y acreedores L/P	1.888	2.572	2.865
Proveedores y otros acreedores	49.619	43.117	41.261
<b>Total Pasivo</b>	<b>61.395</b>	<b>50.543</b>	<b>47.240</b>

La línea de Tesorería recoge los saldos financieros netos incluyendo los que tenemos con las empresas del Grupo.

## NUESTRA PRESENCIA EN ESPAÑA

### 15004 A CORUÑA

Fernando González, 7 - 9, 1º A  
Tel : 981 12 66 65

### 03003 ALICANTE

Reyes Católicos, 31-33, 1º B  
Tel: 96 513 08 24

### 08009 BARCELONA

Valencia, 307 - 5º  
Tel : 93 476 75 00

### 08003 BARCELONA

Via Laietana, 16  
Tel: 93 507 03 50

### 48370 BERMEO (Vizcaya)

Prantzisko Deuna Atea, 14, Entpla.  
Tel: 94 618 60 08

### 48011 BILBAO

Plaza Sagrado Corazón, 5 - 3º  
Tel: 94 428 75 01

### 30201 CARTAGENA (Murcia)

Jara, 31 - 2º E - Edificio Gran Hotel  
Tel: 96 832 15 80

### 15403 FERROL (A Coruña)

N. López Seoane 21-23. Entlo. A - nº 3  
Tel: 981 36 98 10

### 11404 JEREZ DE LA FRONTERA (Cádiz)

Córdoba, 2 - A, 1º  
Tel: 956 03 75 00

### 35004 LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Luis Doreste Silva, 62 - 1º  
Tel: 928 23 41 55

### 28027 MADRID

Condesa del Venadito, 1 - 5º  
Tel: 91 724 99 21

### 07001 PALMA DE MALLORCA

Palau Reial, 12  
Tel: 971 42 54 23

### 31008 PAMPLONA (Navarra)

Pº García de Nájera, 2 - Entpla E  
Tel: 948 19 67 85

### 08201 SABADELL (Barcelona)

Plaza Sant Roc, 22 - 1º  
Tel: 93 726 53 77

### 20004 SAN SEBASTIÁN

Avda. de la Libertad, 32 - 1º  
Tel : 943 42 91 92

### 38002 SANTA CRUZ DE TENERIFE

Pilar, 2  
Tel: 922 24 66 83

### 41018 SEVILLA

Balbino Marrón, 3  
Edif. Viapol A - 2º Mod 11  
Tel: 95 493 27 64

### 43001 TARRAGONA

Cristóbal Colón, 4 - 6, 5º, Puerta 4  
Tel: 977 23 78 27

### 46002 VALENCIA

Plaza del Ayuntamiento, 8, 2º, Puerta 4  
Tel: 96 352 97 78

### 36201 VIGO

Urzaiz, 27, 6º B  
Tel: 98 602 14 30

### 50004 ZARAGOZA

José Luis Albareda, 1 - 1º C  
Tel: 976 48 20 22

### CWT Events

### 08011 BARCELONA

Aragón, 182 - 7º  
Tel: 93 452 23 23

### 48011 BILBAO

Plaza Sagrado Corazón, 5 - 3º  
Tel: 94 428 75 48

### 28027 MADRID

Condesa del Venadito, 1 - 5º  
Tel: 91 724 99 35

### 46002 VALENCIA

Plaza del Ayuntamiento, 8, 2º, Puerta 4  
Tel: 96 302 11 11

### RECEPTIVO KeyDM/ INTERSOL

### 28027 MADRID (Central)

Condesa del Venadito, 1 - 7º  
Tel: 91 205 89 40

### VACACIONAL

Tel: 902 500 528  
[www.carlsonwagonlit.es/vacaciones](http://www.carlsonwagonlit.es/vacaciones)



# Carlson Wagonlit Travel

**Carlson Wagonlit España, S. A.**

Sociedad Unipersonal

**Cuentas Anuales**

del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2005  
e Informe de Gestión

## INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES

Al Accionista de  
Carlson Wagonlit España, S.A. (Sociedad Unipersonal):

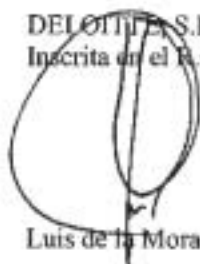
Hemos auditado las cuentas anuales de CARLSON WAGONLIT ESPAÑA, S.A. (Sociedad Unipersonal) que comprenden el balance de situación al 31 de diciembre de 2005 y la cuenta de pérdidas y ganancias y la memoria correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, cuya formulación es responsabilidad de los Administradores de la Sociedad. Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre las citadas cuentas anuales en su conjunto, basada en el trabajo realizado de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas, que requieren el examen, mediante la realización de pruebas selectivas, de la evidencia justificativa de las cuentas anuales y la evaluación de su presentación, de los principios contables aplicados y de las estimaciones realizadas.

De acuerdo con la legislación mercantil, los Administradores presentan, a efectos comparativos, con cada una de las partidas del balance de situación, de la cuenta de pérdidas y ganancias y del cuadro de financiación, además de las cifras del ejercicio 2005, las correspondientes al ejercicio anterior. Nuestra opinión se refiere exclusivamente a las cuentas anuales del ejercicio 2005. Con fecha 1 de febrero de 2005 emitimos nuestro informe de auditoría de las cuentas anuales del ejercicio 2004 en el que expresamos una opinión favorable.

En nuestra opinión, las cuentas anuales adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de Carlson Wagonlit España, S.A. (Sociedad Unipersonal) al 31 de diciembre de 2005 y de los resultados de sus operaciones y de los recursos obtenidos y aplicados durante el ejercicio anual terminado en dicha fecha y contienen la información necesaria y suficiente para su interpretación y comprensión adecuadas, de conformidad con principios y normas contables generalmente aceptados que guardan uniformidad con los aplicados en el ejercicio anterior.

El informe de gestión adjunto del ejercicio 2005 contiene las explicaciones que los Administradores consideran oportunas sobre la situación de la Sociedad, la evolución de sus negocios y sobre otros asuntos y no forma parte integrante de las cuentas anuales. Hemos verificado que la información contable que contiene el citado informe de gestión concuerda con la de las cuentas anuales del ejercicio 2005. Nuestro trabajo como auditores se limita a la verificación del informe de gestión con el alcance mencionado en este mismo párrafo y no incluye la revisión de información distinta de la obtenida a partir de los registros contables de la Sociedad.

DELOITTE S.L.  
Inscrita en el R.O.A.C. N° S0692



Luis de la Mora  
3 de abril de 2006

**CWT Viajes de Empresa, S.A. (Sociedad Unipersonal)****Balances de Situación al 31 de diciembre de 2005 y 2004 (Miles de Euros)**

<b>ACTIVO</b>	<b>Ejercicio 2005</b>	<b>Ejercicio 2004</b>	<b>PASIVO</b>	<b>Ejercicio 2005</b>	<b>Ejercicio 2004</b>
<b>INMOVILIZADO</b>			<b>FONDOS PROPIOS (Nota 9)</b>		
Inmovilizaciones inmateriales, neto (Nota 5)	1.586	1.552	Capital suscrito	1.376	1.376
Inmovilizaciones materiales, neto (Nota 6)	2.385	1.565	Prima de emisión	1.511	1.511
Inmovilizaciones financieras, neto (Nota 7)	341	315	Reservas	1.967	227
<b>Total inmovilizado</b>	<b>4.312</b>	<b>3.432</b>	Pérdidas y ganancias - Beneficio	5.034	1740
			<b>Total fondos propios</b>	<b>9.888</b>	<b>4.854</b>
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>			<b>PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS (Nota 10)</b>	<b>1.605</b>	<b>2.263</b>
<b>Deudores</b>	<b>57.021</b>	<b>46.795</b>	<b>ACREEDORES A LARGO PLAZO (Nota 11)</b>	<b>283</b>	<b>309</b>
Cientes con prestación de servicios	41.797	35.232			
Empresas del grupo (Nota 8)	9.705	7.421	<b>ACREEDORES A CORTO PLAZO</b>		
Deudores varios	6.040	4.693	Deudas con entidades de crédito	26	17
Administraciones públicas (Nota 12)	1.351	1.334	Deudas con empresas del grupo (Nota 8)	1.083	291
Provisiones (Nota 13-e)	(1.872)	(1.885)	Acreedores comerciales	43.689	39.055
<b>Tesorería</b>	<b>88</b>	<b>330</b>	Administraciones Públicas (Nota 12)	1.389	1.183
<b>Ajustes por periodificación</b>	<b>-</b>	<b>3</b>	Renumeraciones pendientes de pago	3.458	2.588
<b>Total activo circulante</b>	<b>57.109</b>	<b>47.128</b>	<b>Total acreedores a corto plazo</b>	<b>49.645</b>	<b>43.134</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>61.421</b>	<b>50.560</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>61.421</b>	<b>50.560</b>

Las notas 1 a 16 descritas en la Memoria adjunta forman parte integrante del balance de situación al 31 de diciembre de 2005.

**Cuentas de pérdidas y ganancias correspondientes a los ejercicios anuales terminados el 31 de diciembre de 2005 y 2004 (Miles de Euros)**

<b>DEBE</b>	<b>Ejercicio 2005</b>	<b>Ejercicio 2004</b>	<b>HABER</b>	<b>Ejercicio 2005</b>	<b>Ejercicio 2004</b>
<b>GASTOS</b>			<b>INGRESOS</b>		
Aprovisionamientos (Nota 13-a)	454.408	406.834	Importe del volumen de tráfico (Nota 13-a)	492.263	441.390
Gastos de personal (Nota 13-d)	30.139	27.879	Otros ingresos de explotación (Nota 13-d)	12.667	8.927
Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado	512	438			
Variación de las provisiones de tráfico	-	287			
Otros gastos de explotación (Nota 13-f)	13.284	12.731			
	498.343	448.169		504.930	450.317
<b>Beneficios de explotación</b>	<b>6.587</b>	<b>2.148</b>	Otros intereses	218	200
Gastos financieros y gastos asimilados	1.163	977	Diferencias positivas de cambio	232	192
Diferencias negativas de cambio	94	53		450	392
	1.257	1.030	<b>Resultados financieros negativos</b>	<b>807</b>	<b>638</b>
<b>Beneficios de las actividades ordinarias</b>	<b>5.780</b>	<b>1.510</b>			
Pérdidas procedentes del inmovilizado	16	47	Beneficios procedente del inmovilizado	1	3
Gastos extraordinarios	8	501	Ingresos extraordinarios	67	495
	24	548		68	498
<b>Resultados extraordinarios positivos</b>	<b>44</b>	<b>-</b>	<b>Resultados extraordinarios negativos</b>	<b>-</b>	<b>50</b>
<b>Beneficios antes de impuestos</b>	<b>5.824</b>	<b>1.460</b>			
Impuesto sobre sociedades (Nota 12)	790	(280)			
<b>Resultado del ejercicio - Beneficios</b>	<b>5.034</b>	<b>1.740</b>			

Las notas 1 a 16 descritas en la Memoria forman parte integrante de la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio 2005.

## CWT Viajes de Empresa, S.A. (Sociedad Unipersonal)

### Memoria del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2005

#### 1. Constitución y actividades

Carlson Wagonlit España, S.A. (Sociedad Unipersonal), en adelante la Sociedad o Carlson Wagonlit España, se denominaba hasta el 16 de marzo de 2005 CWT Viajes de Empresa, S.A.U. y se constituyó por tiempo indefinido el 17 de noviembre de 1997. Su domicilio social actual está situado en Madrid, calle de la Princesa, 3.

Su objeto social es el ejercicio de toda clase de actividades mercantiles de mediación, dirigidas a poner los bienes y servicios turísticos a disposición de quienes deseen utilizarlos, desarrollando a tal efecto las funciones recogidas en el artículo 2 del Decreto 99/1996 de 27 de junio, de la Consejería de Economía y Empleo de la Comunidad de Madrid, por el que se regula el ejercicio de actividades propias de las Agencias de Viajes y de la legislación complementaria que afecte o pueda afectar en el futuro a dicha actividad incluida la organización y asistencia técnica en Congresos, Convenciones, Ferias, Asambleas o actos similares.

Las actividades antes descritas podrán ser realizadas por la Sociedad, bien directamente o participando en Sociedades que tengan idéntico o análogo objeto social.

Dadas las actividades a las que se dedica la Sociedad, la misma no tiene responsabilidades, gastos, activos, ni provisiones y contingencias de naturaleza medioambiental que pudieran ser significativos en relación con el patrimonio, la situación financiera y los resultados de la misma. Por este motivo no se incluyen desgloses específicos en la presente memoria de las cuentas anuales respecto a información de cuestiones medioambientales.

#### 2. Bases de presentación de las cuentas anuales

Las cuentas anuales se han preparado a partir de los registros contables de la Sociedad, habiéndose aplicado las disposiciones legales vigentes en materia contable con objeto de mostrar la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados.

Estas cuentas anuales han sido formuladas por los Administradores de la Sociedad y se someterán a la aprobación del Accionista Único, estimándose que serán aprobadas sin modificación alguna.

#### 3. Distribución de resultados

El Consejo de Administración de la Sociedad propondrá al Accionista Único la aprobación de la distribución de resultados que se indica a continuación:

	Miles de Euros
<b>Base del reparto:</b>	
Pérdidas y ganancias	<b>5.034</b>
<b>Distribución:</b>	
Reserva voluntaria	5.034
	<b>5.034</b>

#### 4. **Normas de valoración**

Los criterios contables aplicados por la sociedad en la preparación de las cuentas anuales, de acuerdo con los establecidos en el Plan General de Contabilidad, son los siguientes:

##### a) **Inmovilizaciones inmateriales**

1. Las aplicaciones informáticas se valoran a de su precio de adquisición y se amortizan en un período de tres años.
2. El fondo de comercio surgió en 1998 como consecuencia de la aportación a la Sociedad de la rama de actividad de viajes de empresa procedente de la escisión de las Sociedades Wagon Lits Viajes, S.A. y Viajes Ecuador, S.A. Se amortiza de forma lineal en un período de veinte años, que es el período estimado en el cual dicho fondo contribuirá a la obtención de ingresos.

##### b) **Inmovilizaciones materiales**

El inmovilizado material se valora al coste de adquisición deducida la correspondiente amortización calculada siguiendo el método lineal de acuerdo a la vida útil estimada de los elementos que componen dicho inmovilizado, según el siguiente detalle:

	<b>Años</b>
Construcciones	50
Mobiliario	10
Otras instalaciones	12,5
Equipos para procesos de información	3-5

Las sustituciones o renovaciones de elementos se contabilizan como mayor importe del inmovilizado material con el consiguiente retiro contable de los elementos sustituidos o renovados. Por el contrario, los gastos periódicos de mantenimiento, conservación y reparaciones se cargan a los resultados del ejercicio en que se incurrir.

##### c) **Inmovilizaciones financieras e inversiones financieras temporales**

Los préstamos al personal se registran por el importe entregado y se clasifican a corto o largo plazo en función del período que resta hasta su vencimiento.

##### d) **Deudores**

La provisión para insolvencias se determina en base a un análisis individual de la situación de los clientes y deudores de la Sociedad.

##### e) **Transacciones en moneda extranjera**

La conversión en moneda nacional de los créditos y débitos expresados en moneda extranjera se realiza aplicando el tipo de cambio vigente en el momento de efectuar la correspondiente operación. Los créditos y débitos derivados de estas operaciones se mantienen valorados a dicho tipo de cambio hasta su vencimiento. Las pérdidas o beneficios por diferencias de cambio en moneda extranjera que surgen en el momento del cobro o pago de la cuenta a cobrar o a pagar en moneda extranjera se imputan a la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio en que se producen estas circunstancias.

El registro de las cuentas a cobrar y pagar en moneda extranjera al 31 de diciembre de 2005 a los tipos oficiales de cambio vigentes en ese momento no tendría un impacto significativo en las cuentas anuales.

##### f) **Impuestos sobre beneficios**

El gasto por Impuesto sobre Sociedades se calcula en función del resultado económico antes de impuestos, aumentado o disminuido, según corresponda, por las diferencias permanentes con el resultado fiscal, entendiéndose éste como la base imponible del citado impuesto y minorado, en su caso, por las bonificaciones y deducciones en la cuota que resulten imputables al resultado del ejercicio. La diferencia entre las cantidades a ingresar en la Hacienda Pública y el importe del gasto contabilizado, se registra como impuestos diferidos o anticipados, según su naturaleza respectiva.

Los impuestos anticipados derivados de las diferencias temporales únicamente se activan si su recuperación se va a producir en un plazo máximo de 10 años.

**g) Provisión para riesgos y gastos**

Las responsabilidades probables y ciertas de cualquier clase o naturaleza, originadas por comisiones, reclamaciones, contingencias, indemnizaciones y otros se provisionan de acuerdo con una estimación razonable de sus cuantías.

**h) Provisiones para premios de permanencia y jubilación**

De conformidad con el convenio colectivo vigente, la Sociedad está obligada a satisfacer a los trabajadores unos premios a los 25 y 35 años de permanencia en la misma.

Los fondos destinados a cubrir las obligaciones legales y contractuales de la Sociedad con su personal por este concepto se dotan en función de las estimaciones de los devengos anuales, de acuerdo con los cálculos actuariales los cuales fueron realizados aplicando técnicas de capitalización individual de acuerdo con las siguientes hipótesis:

Edad de retiro	65 años
Interés Técnico	4,0%
Incremento salarial	2,5%
Coste Seguridad Social	2,0%
Tablas de mortalidad	INSEE 98/00

La Sociedad tiene dotada una provisión para cubrir este compromiso en el epígrafe de provisiones para riesgos y gastos del balance de situación (véase Nota 10).

**i) Provisiones para responsabilidades con el personal**

En el ejercicio 2002, la Sociedad acordó con los representantes de sus trabajadores un plan de prejubilaciones con duración hasta el 30 de junio de 2007. Con carácter general, la prejubilación tendrá carácter obligatorio para los empleados que tengan determinada edad y una antigüedad mínima en la empresa, aunque también contempla planteamientos voluntarios aceptados por la Dirección de la Empresa.

Para hacer frente a estos compromisos la Sociedad tiene suscrita con Vidacaixa S.A. Seguros y Reaseguros, una póliza de prima única, y sigue la práctica de registrar como gasto de cada ejercicio el importe de la prima a pagar correspondiente a cada trabajador en el momento en que este se acoge al plan, con independencia de cuando se producen los pagos de la misma. Al 31 de diciembre de 2005 estaban pendientes de desembolsar las primas correspondientes a 5 trabajadores y se habían acogido al plan desde su inicio 47. El número total de trabajadores que voluntariamente pueden acogerse al plan de prejubilaciones a la citada fecha asciende a 68.

**j) Ingresos y gastos**

Los ingresos y gastos de las operaciones realizadas por la Sociedad se consideran devengados en el momento en que se formaliza la operación con el cliente, que no difiere significativamente de la fecha de inicio de la prestación del servicio. Siguiendo la práctica habitual del sector, la compañía recoge el importe total facturado en "Importe del volumen de tráfico" y el coste repercutido correspondiente en aprovisionamientos.

En aplicación del principio de prudencia, la sociedad únicamente contabiliza los beneficios realizados a la fecha del cierre del ejercicio, en tanto que los riesgos previsibles y las pérdidas, aún las eventuales, se contabilizan tan pronto son conocidos.

**k) Indemnizaciones por despido**

De acuerdo con la reglamentación de trabajo vigente, la Sociedad está obligada al pago de indemnizaciones a los empleados con los que, bajo determinadas condiciones, rescinda sus relaciones laborales. Los Administradores de la Sociedad consideran que no resultan necesarias dotaciones adicionales a las registradas al cierre del ejercicio por cualesquiera de las situaciones contingentes citadas (véase Nota 10).

## 5. Inmovilizaciones inmateriales

El movimiento habido durante el ejercicio 2005 en las diferentes cuentas del inmovilizado inmaterial y de sus correspondientes amortizaciones acumuladas ha sido el siguiente:

Al 31 de diciembre de 2005 existían diversos elementos de inmovilizado inmaterial totalmente amortizados que seguían en uso por importe de 1,8 millones de euros, correspondientes a aplicaciones informáticas.

Miles de Euros			
	Saldo al 31-12-04	Adiciones	Saldo al 31-12-05
<b>Coste:</b>			
Fondo de comercio	2.325	-	2.325
Marcas y nombres comerciales	2	-	2
Aplicaciones informáticas	1.856	185	2.041
<b>Total coste</b>	<b>4.183</b>	<b>185</b>	<b>4.368</b>
<b>Amortización acumulada:</b>			
Fondo de comercio	(814)	(116)	(930)
Marcas y nombres comerciales	(2)	-	(2)
Aplicaciones informáticas	(1.815)	(35)	(1.850)
<b>Total amortización</b>	<b>(2.631)</b>	<b>(151)</b>	<b>(2.782)</b>
<b>Total neto</b>	<b>1.552</b>		<b>1.586</b>

## 6. Inmovilizaciones materiales

El movimiento habido durante el ejercicio 2005 en las diferentes cuentas del inmovilizado material y de sus correspondientes amortizaciones acumuladas ha sido el siguiente:

El importe de los elementos del inmovilizado material en uso que se encontraban totalmente amortizados al 31 de diciembre de 2005 es el siguiente:

Miles de Euros				
	Saldo al 31-12-04	Adiciones	Retiros	Saldo al 31-12-05
<b>Coste:</b>				
Terrenos y construcciones	41	-	-	41
Otras instalaciones	1.166	181	(31)	1.316
Mobiliario	1.173	188	(58)	1.303
Equipos proceso información	1.774	829	(53)	2.550
<b>Total coste</b>	<b>4.154</b>	<b>1.198</b>	<b>(142)</b>	<b>5.210</b>
<b>Amortización acumulada:</b>				
Construcciones	(21)	(1)	-	(22)
Otras instalaciones	(482)	(95)	24	(553)
Mobiliario	(562)	(109)	48	(623)
Equipos proceso información	(1.524)	(156)	53	(1.627)
<b>Total amortización</b>	<b>(2.589)</b>	<b>(361)</b>	<b>125</b>	<b>(2.825)</b>
<b>Total neto</b>	<b>1.565</b>			<b>2.385</b>

Miles de Euros	
Otras Instalaciones	<b>13</b>
Mobiliario	<b>97</b>
Equipos proceso información	<b>1.440</b>
<b>Total general</b>	<b>1.550</b>

La política de la Sociedad es formalizar pólizas de seguro para cubrir los riesgos a los que están sujetos los diversos elementos de su inmovilizado material. Los Administradores de la Sociedad estiman que la cobertura de estos riesgos al 31 de diciembre de 2005 es adecuada.

## 7. Inmovilizaciones financieras

El movimiento en el ejercicio 2005 ha sido el siguiente:

El epígrafe "Cartera de valores a largo plazo" incluye la aportación realizada a Tamaragua Tours S.L. constituida por distintas agencias de viajes y de la que la Sociedad es partícipe con un 2,33%.

	Miles de Euros			
	Saldo al 31-12-04	Adiciones	Retiros	Saldo al 31-12-05
Cartera de valores a largo plazo	25	-	(22)	3
Préstamos al personal a largo plazo	74	79	(43)	110
Fianzas y depósitos	216	26	(14)	228
<b>Total inmovilizaciones financieras</b>	<b>315</b>	<b>105</b>	<b>(79)</b>	<b>341</b>

Los préstamos al personal devengan un tipo de interés anual del 4% y vencen en los próximos cuatro años.

## 8. Empresas del Grupo

### a) Saldos con empresas del Grupo

Al 31 de diciembre de 2005, la composición de los epígrafes "Empresas del grupo, deudores" y "Deudas con empresas del grupo" del balance de situación, es como sigue:

Los saldos financieros se remuneran a un tipo de interés de mercado.

La Sociedad tiene contratada con Grupo Accor España, S.A. la gestión centralizada de su tesorería conforme a mecanismos de centralización de cuentas bancarias y la concesión recíproca de préstamos, a través de un sistema de movimientos de barridos automáticos de las cuentas de la Sociedad a las cuentas de Grupo Accor España S.A. concediendo o recibiendo de ella la financiación necesaria para garantizar la estabilidad financiera de la Sociedad.

	Miles de Euros		
	Saldos Comerciales		Saldos Financieros
	Deudores	Acreeedores	Deudores
CWT Beheermaatschappij, B.V	-	18	-
Societe d'Exploitation et Gestion d'Agences de Voyage et de Tourisme (SEAVT)	-	500	-
Grupo Accor España, S.A.	-	-	-
GIE CWT Services	-	298	458
CWT Beheermaatschappij BV Swiss Branch	-	267	-
CWT Holding BV	-	-	5.145
Carlson Wagonlit Travel SAS	24	-	-
C.I.W.T. - Egypt Branch	10	-	-
C.I.W.T. - Greek Branch	7	-	-
Agencia Viaggi Gemini Spa	8	-	-
	<b>49</b>	<b>1.083</b>	<b>5.603</b>

Al 31 de diciembre de 2005, la sociedad mantiene excesos de tesorería colocados por 4,1 millones en Grupo Accor España, S.A. y un préstamo por 5,1 millones a la sociedad, CWT Holding, B.V., cuyo vencimiento es el 16 de enero de 2006.

### b) Transacciones con empresas del Grupo

Las transacciones efectuadas durante el ejercicio con empresas del Grupo han sido las siguientes:

Con carácter general la Sociedad recibe y presta servicios a empresas del Grupo por actividades asociadas a su objeto social. Por otro lado, CH Sucursale Suisse factura por los servicios prestados por la Dirección General de la Sociedad.

	Miles de Euros			
	Servicios Prestados	Servicios Recibidos	Ingresos Financieros	Gastos Financieros
CWT Beheermaatschappij BV	-	28	86	-
Societe d'Exploitation et Gestion d'Agences de Voyage et de Tourisme (SEAVT)	2	1.965	-	-
Grupo Accor España, S.A.	-	-	47	1
GIE CWT Services	-	2.286	-	-
CWT Beheermaatschappij BV Swiss Branch	-	641	-	-
CWT Holding BV	-	19	6	-
Carlson Wagonlit Travel SAS	24	-	-	-
C.I.W.T. - Egypt Branch	38	-	-	-
C.I.W.T. - Greek Branch	30	-	-	-
Agencia Viaggi Gemini Spa	34	-	-	-
CWT Germany	2	-	-	-
CW Nederland BV	2	-	-	-
C.I.W.T. Hungarian Branch	1	-	-	-
CW Travel UK Ltd.	-	60	-	-
	<b>133</b>	<b>4.999</b>	<b>139</b>	<b>1</b>

## Cuentas anuales 2004 - 2005

**9. Fondos propios**

El movimiento de las cuentas incluidas en este epígrafe durante el ejercicio ha sido el siguiente:

	Miles de Euros			
	Saldo al 31-12-04	Adiciones	Distribución del Resultado	Saldo al 31-12-05
Capital suscrito	1.376	-	-	1.376
Prima de emisión	1.511	-	-	1.511
Reserva legal	126	-	149	275
Reservas voluntarias	101	-	1.591	1.692
Pérdidas y ganancias – Beneficio	1.740	5.034	(1.740)	5.034
	<b>4.854</b>	<b>5.034</b>	-	<b>9.888</b>

**a) Capital suscrito**

Al 31 de diciembre de 2005, el capital social está representado por 45.803 acciones de 30,05 euros nominales cada una, totalmente suscritas y desembolsadas, siendo su único accionista CWT Beheermaatschappij, B.V.

**b) Prima de emisión**

La prima de emisión tiene su origen en la ampliación de capital realizada en pago de la aportación de la rama de actividad de viajes de empresa (véase Nota 4-a). No existe limitación alguna a la disponibilidad de dicha reserva.

**c) Reserva legal**

Con arreglo al régimen jurídico de las sociedades anónimas, un 10% de los beneficios debe destinarse a la constitución de la reserva legal, hasta que dicha reserva alcance el 20% del capital social. El único destino posible de la reserva legal es la compensación de pérdidas o la ampliación de capital por la parte que exceda al 10% del capital ya aumentado y sólo será disponible en caso de disolución de la Sociedad.

**d) Reserva voluntaria**

Hasta que el Fondo de comercio no haya sido totalmente amortizado, no se podrá proceder a la distribución de cantidad alguna en concepto de dividendos, a menos que el importe de las reservas disponibles sea, como mínimo igual al importe de los saldos no amortizados. En consecuencia al 31 de diciembre de 2005 el saldo disponible de las reservas asciende a 297 miles de euros.

**10. Provisiones para riesgos y gastos**

El detalle de este epígrafe del balance de situación al 31 de diciembre de 2005 es el siguiente:

La provisión para premios de permanencia recoge el coste de las gratificaciones que se conceden a los empleados cuando alcanzan una determinada antigüedad en la empresa (Nota 4-h). El importe de la dotaciones, por 130 miles de euros, ha sido registrado como "Gastos de personal" en la cuenta de Pérdidas y Ganancias adjunta.

	Miles de Euros			
	Saldo al 31-12-04	Dotaciones	Retiros	Saldo al 31-12-05
Provisión para premios de permanencia	496	130	(33)	593
Provisión para responsabilidades y otros compromisos con el personal	1.767	508	(1.263)	1.012
	<b>2.263</b>	<b>638</b>	<b>(1.296)</b>	<b>1.605</b>

La provisión para responsabilidades y otros compromisos con el personal recoge el coste del plan de jubilaciones en el que se encuentra inmerso la sociedad así como el coste de las indemnizaciones por despidos de personal. La dotación de este ejercicio, recogida en el epígrafe "Gastos de personal" (Nota 13-c) corresponde a incorporaciones voluntarias al plan y despidos de empleados.

Durante 2005 se han satisfecho pagos por importe de 834 miles de euros para cubrir el coste de 7 jubilaciones pagadas a través de Vidacaixa S.A. Seguros y Reaseguros. Adicionalmente, se han satisfecho 429 miles de euros en concepto de indemnizaciones por el despido de 6 empleados.

## 11. Acreedores a largo plazo

El movimiento de este epígrafe durante el ejercicio 2005 ha sido el siguiente:

Al 31 de diciembre de 2005 los impuestos diferidos se refieren exclusivamente a la parte no deducible fiscalmente del Fondo de Comercio surgido en 1998.

	Miles de Euros		
	Saldo al 31-12-04	Traspaso a Corto Plazo (Nota 12)	Saldo al 31-12-05
Impuestos diferidos a largo plazo	309	(26)	283

## 12. Situación fiscal

El detalle de los saldos deudores y acreedores con Administraciones Públicas es como sigue:

Los impuestos anticipados y diferidos tienen su origen en las diferencias temporales entre el resultado contable y la base imponible del Impuesto sobre Sociedades.

	Miles de Euros	
	Saldos Deudores	Saldos Acreedores
Organismos de la Seguridad Social	-	540
<b>Hacienda Pública:</b>		
Impuesto sobre beneficios diferido	-	26
Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) e IGIC	-	119
Retenciones por Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)	-	436
Impuesto sobre beneficios anticipado	1.351	-
Hacienda Pública acreedora por Impuesto de Sociedades	-	268
	<b>1.351</b>	<b>1.389</b>

El movimiento de dichos impuestos anticipados y diferidos en el ejercicio ha sido el siguiente:

	Euros				
	Saldo al 31-12-04	Altas	Bajas	Traspasos del Largo Plazo (Nota 11)	Saldo al 31-12-05
<b>Impuesto anticipado:</b>					
Indemnizaciones	619	178	(442)	-	355
Provisión riesgos tráfico	250	-	(20)	-	230
Premios de permanencia	173	46	(12)	-	207
Amortizaciones	18	5	-	-	23
Otros gastos no deducibles	262	328	(54)	-	536
	<b>1.322</b>	<b>557</b>	<b>(528)</b>	-	<b>1.351</b>
<b>Impuesto diferido:</b>					
Fondo de comercio	(26)	26	-	(26)	(26)
	<b>(26)</b>	<b>26</b>		<b>(26)</b>	<b>(26)</b>

La conciliación entre el resultado contable del ejercicio y la base imponible del Impuesto sobre Sociedades es como sigue:

	Miles de Euros	
	Cuota a pagar	Gasto
Resultado contable antes de impuestos	5.824	5.824
<b>Diferencias permanentes:</b>		
Aumentos	43	43
<b>Diferencias temporales:</b>		
Aumentos	1.665	-
Disminuciones	(1.509)	-
Compensación de Bases Imponibles Negativas	(2.533)	(2.533)
<b>Base imponible (Resultado Fiscal)</b>	<b>3.490</b>	<b>3.334</b>
Impuesto bruto devengado (35% de la base imponible)	1.221	1.167
Deducciones	(377)	(377)
Retenciones y pagos a cuenta	(576)	-
<b>Hacienda Pública acreedora por Impuesto sobre Sociedades</b>	<b>268</b>	-
<b>Gasto por Impuesto sobre Sociedades</b>	-	<b>790</b>

La legislación en vigor relativa al Impuesto sobre Sociedades establece diversos incentivos fiscales con objeto de fomentar las nuevas inversiones. En este sentido, la Sociedad se ha acogido a la deducción por reinversión de beneficios extraordinarios prevista en el Real Decreto Legislativo 4/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades, que contempla la deducción del 20% del importe de las rentas positivas obtenidas en la transmisión onerosa de determinados elementos patrimoniales a condición de que el importe de la venta sea reinvertido en elementos del inmovilizado material, inmaterial o financiero durante el año anterior o los tres siguientes al de la venta. Dicha deducción está asociada a las plusvalías obtenidas en la venta realizada en julio de 2003 de los locales de Alicante y Sevilla. El precio de venta de dichos inmuebles ascendió a 1.540 miles de euros y el importe de las rentas positivas obtenidas e integradas en la base imponible, una vez corregidas por el importe de la depreciación monetaria a que hace referencia el artículo 15.10 del texto refundido del Impuesto sobre Sociedades, ascendió a 1.325 miles de euros.

Durante 2005 la sociedad ha completado la reinversión de los beneficios extraordinarios al adquirir elementos del inmovilizado material e inmaterial por 1.189 miles de euros, que unidas a las inversiones realizadas en el ejercicio 2004 representan un porcentaje del 100% del importe obtenido en la transmisión de los locales. De esta forma, a 31 de diciembre de 2005, la base de deducción acreditada asciende a 1.025 miles de euros, máximo posible por lo que el importe de la deducción generada en el presente ejercicio es de 205 miles de euros.

La Sociedad mantiene abiertos a inspección fiscal los cuatro últimos ejercicios de todos sus impuestos, cinco en el caso del impuesto sobre sociedades. Estas declaraciones no pueden considerarse definitivas hasta su aceptación por las autoridades fiscales o su prescripción, por lo que habida cuenta de las diferentes interpretaciones de la legislación, podrían existir contingencias fiscales susceptibles de revertir en pasivos. En este sentido, la sociedad ha recibido en febrero 2006 notificación de la Agencia Tributaria donde se le comunica el inicio de actuaciones inspectoras de comprobación e investigación en los términos previstos en los artículos 141 y 145 de la Ley General Tributaria para los periodos 2002 a 2004 en relación con los distintos impuestos que son de aplicación a la sociedad. Los Administradores estiman que los pasivos fiscales adicionales que pudieran surgir como consecuencia de dicha inspección o de los ejercicios abiertos a inspección, no producirían un efecto significativo sobre las cuentas anuales tomadas en su conjunto.

### 13. Ingresos y gastos

#### a) Distribución del importe neto de la cifra de negocios

La distribución del importe neto de la cifra de negocios correspondiente a la actividad ordinaria de la Sociedad durante 2005 es como sigue:

Las ventas de la Sociedad corresponden a sus actividades ordinarias descritas en la Nota 1 y se realizan en el territorio nacional.

	Miles de Euros
Tráfico	492.263
Aprovisionamientos	(454.408)
<b>Comisión</b>	<b>37.855</b>

#### b) Transacciones en moneda extranjera

Las transacciones efectuadas en moneda extranjera durante el ejercicio 2005 han sido las siguientes

Divisa	Miles de Euros
Dólar USA	8.939
Libra Esterlina	4.125
Dólar Canadiense	877
Corona Sueca	700
Franco Suizo	543
Yen Japonés	500
Otras divisas	1.756
	<b>17.440</b>

#### c) Gastos de personal

El detalle de Gastos de personal del ejercicio 2005 es el siguiente:

	Miles de Euros
Sueldos y salarios	22.471
Indemnizaciones (Nota 10)	508
Seguridad Social	5.706
Otros gastos de personal	1.454
	<b>30.139</b>

El número medio de personas empleadas en el ejercicio 2005, distribuido por categorías, fue el siguiente:

Categoría Profesional	Nº Medio Empleados
Directivos	8
Mandos intermedios	101
Técnicos superiores	435
Técnicos medios	217
Técnicos auxiliares	54
	<b>815</b>

#### d) Otros ingresos de explotación

El detalle de Otros ingresos de explotación del ejercicio 2005 es el siguiente:

	Miles de Euros
Reversión de provisiones y otros pasivos	6.640
Incentivos recibidos	2.714
Ingresos por reservas con pago directo	1.626
Otros	1.687
	<b>12.667</b>

#### e) Variación de las provisiones de tráfico

Las variaciones producidas durante el ejercicio 2005 del epígrafe "Provisiones" del activo circulante del balance de situación al 31 de diciembre adjunto es el siguiente:

	Euros
Saldo al 31 de diciembre de 2004	1.885
Dotación del ejercicio	-
Aplicación a su finalidad	(13)
<b>Saldo al 31 de diciembre de 2005</b>	<b>1.872</b>

#### f) Otros gastos de explotación

El detalle del epígrafe "Otros Gastos de explotación" de la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio 2005 adjunta es el siguiente:

Dentro del epígrafe de Otros gastos de explotación de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias se recogen los honorarios relativos a servicios de auditoría de cuentas de la Sociedad por un importe de 69 miles de euros. Asimismo, dentro de dicho epígrafe, se encuentran recogidos honorarios correspondientes a otros servicios prestados por el auditor o por otras entidades vinculadas al mismo por importe de 41 miles de euros.

	Euros
Arrendamientos	2.752
Reparaciones y conservación	977
Servicios de profesionales independientes	950
Publicidad y propaganda	785
Comunicaciones	726
Correos y mensajería	689
Gastos de viaje	482
Material de oficina	411
Suministros	107
Otros servicios	5.405
	<b>13.284</b>

### 14. Garantías comprometidas con terceros y otros pasivos contingentes

Al 31 de diciembre de 2005 la Sociedad tiene concedidos avales bancarios y garantías comprometidas con terceros por un importe total aproximado de 2.212 miles de euros, como consecuencia de sus actividades comerciales.

Los Administradores no prevén que se pueda generar en el futuro pasivos de consideración asociados a dichas garantías por lo que el balance de situación adjunto no recoge provisión alguna por este concepto.

**15. Otra información**

De conformidad con lo establecido en el artículo 127 ter.4 de la Ley de Sociedades Anónimas, introducido por la Ley 26/2003, de 17 de julio, por la que se modifica la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, y el Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, con el fin de reforzar la transparencia de las sociedades anónimas, se señalan a continuación las sociedades con el mismo, análogo o complementario género de actividad al que constituye el objeto social de la Sociedad en cuyo capital participan los miembros del Consejo de Administración y sus representantes, así como las funciones que, en su caso ejercen en ellas:

Nombre del Consejero	Denominación Social de la Sociedad objeto	Cargo o funciones	Porcentaje participación
D. Richard Grahame Lovell	CWT Behermaatschappij B.V. Austria	Consejero	-
	Compagnie Internationale Wagonlit Travel	Consejero	-
	Airtip S.A.	Consejero	-
	Carlson Wagonlit Belgium S.A.	Presidente	-
	Carlson Wagonlit Denmark A/S	Presidente	-
	Carlson Wagonlit France S.A.	Presidente	<1%
	Carlson Wagonlit GIE	Consejero	-
	Carlson Wagonlit Travel S.A.S.	Consejero	-
	Protravel S.A.	Consejero	<1%
	Carlson Wagonlit Deutschland GmbH	Consejero	-
	CWT Beheermaatschappij B.V.	Consejero	-
	Carlson Wagonlit eCenter Polska Sp. z o.o.	Consejero	-
	Carlson Wagonlit Sverige AB	Presidente	-
	CWT Beheermaatschappij B.V. (CH)	Consejero	-
	Carlson Wagonlit UK LTD	Consejero	-
	Wagon-Lits Travel UK Limited	Consejero	-
Carlson Travel Network (UK) Limited	Consejero	-	
D. Nicholas Francou	CWT Beheermaatschappij B.V. Austria	Consejero	-
	Compagnie Internationale Wagonlit Travel	Consejero	-
	Airtip S.A.	Consejero	-
	Carlson Wagonlit Belgium S.A.	Consejero	-
	Carlson Wagonlit Denmark A/S	Consejero	-
	Carlson Wagonlit France S.A.	Consejero	<1%
	Carlson Wagonlit Services GIE	Consejero	-
	Carlson Wagonlit Travel S.A.S.	Consejero	-
	Compagnie Meridionale de Voyages et de Tourisme S.A.S.	Consejero	-
	Compagnie de Services de Voyages et de Tourisme S.A.	Consejero	<1%
	Klee Data System S.A.	Consejero	<1%
	Protravel S.A.	Consejero	<1%
	Anglo Belgium Travel Company Ltd.	Consejero	<1%
	Carlson Wagonlit Italia S.p.a.	Consejero	-
	Carlson Wagonlit Maroc S.A.	Consejero	<1%
	Carlson Wagonlit Nederland B.V.	Consejero	-
	CWT Beheermaatschappij B.V.	Consejero	-
	Carlson Wagonlit eCenter Polska Sp. z o.o.	Presidente	-
	Carlson Wagonlit Sverige AB	Consejero	-
	CWT Beheermaatschappij B.V. (CH)	Consejero	-
	Ewotra S.A.	Presidente	-
	Carlson Wagonlit Ukraine Limited	Miembro del Comité de auditoría	-
	Carlson Wagonlit UK LTD	Consejero	-
Wagon-Lits Travel UK Limited	Consejero	-	
Carlson Travel Network (UK) Limited	Consejero	-	
D. Marino Faccini	Carlson Wagonlit Italia, S. p.a.	Consejero	-
	Turistrader Ltd. -Portugal	Miembro del Comité de Estrategia	-
	Acentro Turismo S.p.a. -Italia	Consejero	-
	Carlson Wagonlit Maroc, S.A.	Director General	3 uds.
	Ewotra, S.A. Suiza	Consejero	-
	Accor stock-options	-	300 uds.
Accor shares	-	300 uds.	

Durante el presente ejercicio los miembros del Consejo de Administración no han percibido de la Sociedad cuantía alguna en concepto de sueldos y salarios, ni tienen concedidos préstamos o créditos.

Adicionalmente, no existen compromisos en materia de pensiones o seguros de vida a favor de los Administradores.

**16. Cuadro de financiación de los ejercicios 2005 y 2004**

APLICACIONES	Miles de Euros		ORÍGENES	Miles de Euros	
	Ejercicio 2005	Ejercicio 2004		Ejercicio 2005	Ejercicio 2004
Adquisiciones de inmovilizaciones inmateriales	185	26	Recursos procedentes de las operaciones		
Adquisiciones de inmovilizaciones materiales	1.198	326	Resultado contable del ejercicio - Beneficio (Pérdida)	5.034	1.740
Adquisiciones de inmovilizaciones financieras	105	77	Resultados procedentes del inmovilizado	15	44
Cancelación o traspaso a corto plazo de deudas a largo plazo	26	26	Dotaciones para amortizaciones del inmovilizado	512	438
Provisión para riesgos y gastos	1.296	2.041	Dotación para la provisión de riesgos y gastos	638	2.229
			Reversión de provisión de riesgos y gastos	-	(455)
				<b>6.200</b>	<b>3.996</b>
			Enajenaciones de inmovilizaciones inmateriales	-	2
			Enajenaciones de inmovilizaciones materiales	1	1
			Bajas de inmovilizado financiero	79	95
<b>Total Aplicaciones</b>	<b>2.810</b>	<b>2.496</b>	<b>Total Orígenes</b>	<b>6.280</b>	<b>4.094</b>
<b>EXCESO DE ORÍGENES SOBRE APLICACIONES (Aumento del capital circulante)</b>	<b>3.470</b>	<b>1.598</b>	<b>EXCESO DE APLICACIONES SOBRE ORÍGENES (Disminución del capital circulante)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Total</b>	<b>6.280</b>	<b>4.094</b>	<b>Total</b>	<b>6.280</b>	<b>4.094</b>

VARIACIÓN DEL CAPITAL CIRCULANTE	Miles de Euros			
	2005		2004	
	Aumento	Disminución	Aumento	Disminución
Deudores	10.226	-	2.922	-
Tesorería	-	242	208	-
Ajustes por periodificación	-	3	-	5
Acreeedores	-	6.511	-	1.527
<b>Total</b>	<b>10.226</b>	<b>6.756</b>	<b>3.130</b>	<b>1.532</b>
<b>VARIACIÓN DEL CAPITAL CIRCULANTE</b>	<b>0</b>	<b>3.470</b>	<b>0</b>	<b>1.598</b>
<b>Total</b>	<b>10.226</b>	<b>10.226</b>	<b>3.130</b>	<b>3.130</b>

## CWT Viajes de Empresa, S.A. (Sociedad Unipersonal)

### Informe de Gestión del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2005

#### ESCENARIO ECONOMICO DEL EJERCICIO 2005

En el año 2005 la economía mundial volvió a mostrar un gran vigor y dinamismo, con un crecimiento superior al 4%, liderado por las economías asiáticas (China e India, principalmente) y de EEUU y trasladado a las regiones de Japón y Europa. En este contexto, es importante resaltar el escaso impacto que el encarecimiento del petróleo ha tenido hasta la fecha sobre el dinamismo de la actividad mundial.

Al mismo tiempo que se consolidaba la expansión económica y aumentaba el riesgo de inflación, la Reserva Federal de Estados Unidos y el Banco Central Europeo aumentaban paulatinamente sus tipos de interés al cierre del 2005 hasta el 4,25% y el 2,25%, respectivamente.

El mantenimiento de condiciones monetarias y financieras favorables al crecimiento económico de la Unión Económica y Monetaria Europea (UEM) contrasta, sin embargo, con los resultados de crecimiento mediocres y decrecientes obtenidos en los últimos años (en torno al 1,5% para 2005).

Respecto a la economía española, podemos decir que ha mostrado en 2005 un balance positivo al superar los logros obtenidos a las cuestiones que quedan pendientes:

- (+i):** España ha crecido un 3,4% (3,1% en 2004), lo que supone alrededor de dos puntos porcentuales más que la UEM.
- (+ii):** Aumento de la tasa de crecimiento del empleo y el número de empleados respecto a 2004 en 5% y 875.000, respectivamente. La tasa de crecimiento del empleo prevista para la UEM era del 0,8%.
- (+iii):** La tasa de desempleo ha disminuido en 1,5 puntos porcentuales, del 10,5% en 2004 al 9,0% en 2005 (8,8% estimado para UEM).
- (+iv):** La existencia de superávit fiscal del Estado en torno al 1% del PIB (-2,9% estimado para UEM), ha permitido la reducción de la deuda pública hasta el 43% del PIB (72% estimado para la euro zona).
- (-i):** El modelo actual de crecimiento del 3,4% descansa en la demanda interna de consumo e inversión de hogares y empresas (+5,8%) y en la aportación negativa del sector exterior (-2,4%) que parece traer causa principal en las pérdidas de competitividad acumuladas.
- (-ii):** El índice de precios al consumo (IPC) se sitúa en el 3,7% (3,0% en 2004), lo que supone 1,2 puntos porcentuales más que en la UEM.

#### GESTION DEL RIESGO

##### a) El sistema de Gestión del riesgo en Carlson Wagonlit España

El grupo Carlson Wagonlit considera la gestión del riesgo una parte intrínseca del negocio de viajes, y una oportunidad de su ventaja competitiva. Para Carlson Wagonlit España, como parte integrante de una organización integrada y global que presta servicios de valor a nuestros clientes mundiales, es clave la adecuada identificación, medición y valoración de las diferentes tipologías de riesgo para el crecimiento sostenido y estable de nuestro negocio a medio y largo plazo.

El sistema de gestión del riesgo en Carlson Wagonlit tiene como objetivos fundamentales atender a las necesidades específicas de los clientes y preservar la solvencia de la Sociedad de acuerdo con el perfil de riesgo aprobado.

##### - Control interno

La implantación y mejora continua de un sistema de gestión del riesgo requiere el establecimiento de controles e indicadores que garanticen que los esquemas de gestión funcionan adecuadamente. Asimismo, se identifican y adoptan las mejores prácticas en gestión del riesgo.

##### b) Gestión del Riesgo de Crédito

La exposición máxima al riesgo de crédito comercial de Carlson Wagonlit España alcanza 39,9 millones de euros al 31 de diciembre de 2005, un 20 % más que al cierre del ejercicio anterior.

Durante el ejercicio 2005, Carlson Wagonlit España ha mantenido el fondo de provisión para dudosos, lo que muestra la calidad de nuestra cartera de clientes y de nuestras prácticas en gestión del riesgo, a pesar del fuerte incremento de actividad registrado.

### c) Gestión de riesgos de Mercado

#### - Agencias de Viajes

Si bien a nivel global el sector de viajes de negocios se encuentra fragmentado y preparado para nuevas consolidaciones, se puede decir que el mercado español de viajes de negocios está consolidado, junto con la mayoría de los mercados europeos, y que el sector está creciendo de nuevo, aunque con nuevos competidores como las Agencias de viajes de Internet y los Sistemas Globales de Distribución (GDSS).

#### - Clientes

Los clientes de viajes de negocios tienen que negociar con una oferta y mercados de suministradores cada vez más complejos y volátiles, y cada vez quieren más ahorros en sus presupuestos de viajes de la mano de agentes de viajes que sean socios proactivos para proporcionar servicios de calidad a los mejores precios.

### CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS Y EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS

A continuación se presenta la evolución de la cuenta de Pérdidas y Ganancias de Carlson Wagonlit España para los ejercicios 2005 y 2004:

Miles de Euros	31/12/2005	31/12/2004	Variación	% Variación
Tráfico	492.263	441.390	50.873	12%
Ingresos Netos	50.522	43.483	7.039	16%
Costes	-44.698	-42.023	-2.675	6%
Beneficio antes de Impuestos	5.824	1.460	4.364	299%
Impuesto sobre Sociedades	-790	280	-1.070	-382%
Beneficio después de Impuestos	5.034	1.740	3.294	189%

En 2005 se produjo un incremento de 50,9 millones de euros en el tráfico, lo que representa un crecimiento del 12% respecto al ejercicio anterior, siendo la principal causa de esta variación positiva el aumento en el número de transacciones en un 11% por encima del último ejercicio, manteniéndose, no obstante, el precio medio por transacción en niveles similares a los de años anteriores.

Por lo que respecta a los ingresos netos éstos han aumentado en 7,0 millones de euros, un 16% más que en el ejercicio anterior debido, en gran medida, al incremento en el número de operaciones.

Frente a este aumento en los ingresos, los gastos evolucionaron de forma más moderada, con tan sólo un crecimiento de 2,7 millones de euros en 2005, un 6% más respecto al ejercicio anterior.

El beneficio después de impuestos asciende a 5,0 millones de euros, lo cual supone un incremento del 189% sobre los 1,7 millones de euros de beneficio obtenidos durante el ejercicio 2004. La positiva evolución de los ingresos, así como la contención en los gastos, ponen de manifiesto la calidad del resultado obtenido y constituyen el factor determinante del crecimiento del beneficio final alcanzado.

Las agencias de viajes continuaron el año 2005 con un recorte adicional de un punto porcentual en las comisiones de venta de servicios aéreos por parte de Compañías aéreas tradicionales.

A pesar del cambio indicado y de la gran competencia existente entre las agencias de viajes, hemos cerrado el año 2005 por encima de nuestras previsiones. En este sentido, los resultados del 2005 muestran el acierto de la estrategia de crecimiento rentable de Carlson Wagonlit España.

La evolución de la actividad del 2005 respecto a 2004 por segmentos de negocio y criterios de gestión de viajes de empresa del grupo Carlson Wagonlit Travel, muestra una mejora de las ventas del 12%, debida fundamentalmente al excelente comportamiento de los segmentos viajes de negocios (que aumentó un 12,9%) y grupos e incentivos (que aumentó un 19,4%). No obstante lo anterior, aunque obviamente con un menor peso relativo, las líneas del vacacional y del receptivo decrecieron un 1,6% y un 22,4%, respectivamente.

Los resultados del 2005 se apoyan en la mejora de la eficiencia de nuestra organización global e integrada, en los esfuerzos de adaptación de nuestras estructuras y mejora de la productividad y en la orientación de nuestra actividad hacia el negocio de nuestros clientes.

## BALANCE Y ACTIVIDAD

A continuación se presentan los Balances de situación de Carlson Wagonlit España correspondientes a 31 de diciembre de 2005 y 2004:

Miles de Euros	31/12/2005	31/12/2004	Variación	% Variación
Inmovilizado Inmaterial Neto	1.586	1.552	34	2%
Inmovilizado Material Neto	2.385	1.565	820	52%
Inmovilizado Financiero	341	315	26	8%
Activo operativo	47.365	39.394	7.971	20%
Activos líquidos	9.744	7.734	2.010	26%
<b>Total Activo</b>	<b>61.421</b>	<b>50.560</b>	<b>10.861</b>	<b>21%</b>
Fondos Propios	9.888	4.854	5.034	104%
Provisiones para riesgos y gastos	1.605	2.263	-658	-29%
Acreedores a Largo plazo	283	309	-26	-8%
Pasivo operativo	49.645	43.134	6.511	15%
<b>Total Pasivo</b>	<b>61.421</b>	<b>50.560</b>	<b>10.861</b>	<b>21%</b>

Durante el ejercicio cabe destacar un aumento del Inmovilizado Material en un 52%, crecimiento que responde a la apuesta continua de la Compañía por invertir en tecnología, en este caso concreto mediante la renovación y consecuente modernización de todo su parque informático, dotando así a toda la red de mejores herramientas de trabajo. De igual modo se han efectuado inversiones en diversas oficinas, con el fin de adecuarlas a las necesidades que actualmente el negocio impone.

Por último, seguimos manteniendo una buena posición financiera sin deuda que tenemos colocada en nuestras empresas del grupo por un importe neto de 9,7 millones de euros.

## INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Durante el ejercicio 2005, el Grupo Carlson Wagonlit ha continuado potenciando la utilización y el desarrollo de las nuevas tecnologías y herramientas en el marco de su estrategia de desarrollo global para anticiparse a las necesidades de nuestros clientes. En este sentido, nuestro crecimiento confirma que estamos realizando mejoras para convertirnos en una empresa de alta tecnología.

De hecho una de nuestras prioridades estratégicas contempladas en el plan CWT 007 es la de liderar la tendencia global de las auto reservas. La automatización de procesos y las auto reservas proporcionan a las empresas la oportunidad de recortar sus costes por transacción en más de un 50%.

## PERSPECTIVAS FUTURAS

Para el año 2006 en España se espera un crecimiento del PIB algo inferior al de 2005, pudiendo situarse en el 3,2%. Por el contrario, las perspectivas de crecimiento de la UEM son mejores que en 2005, estimándose un 2,2% frente al 1,4% del 2005.

De acuerdo con el Gobernador del Banco de España, a medio y largo plazo, la economía española deberá enderezar los desajustes existentes, descansando en menor medida sobre el gasto de las familias y frenando la tendencia a la ampliación del déficit exterior, invirtiendo el proceso de pérdidas continuadas de competitividad aprovechando las ventajas que proporciona la estabilidad macroeconómica y financiera que caracteriza a la UEM.

Carlson Wagonlit España quiere continuar con su estrategia de crecimiento sostenido y rentable fundamentada en su excelente posicionamiento como Firma global e integrada y en su modelo de gestión.

De cara a afrontar los retos de crecimiento, Carlson Wagonlit España se apoyará y continuará con su plan de negocio a tres años alineado e integrado con el plan global CWT 007 para seguir avanzando en nuestras prioridades: **1)** conseguir un éxito sólido en el mercado en términos de crecimiento, retención de clientes, nuevas ventas y mejoras de nuestros productos, **2)** liderar la automatización progresiva de las reservas de viajes, **3)** expandir nuestros servicios de consultoría, programas de gestión y las actividades de externalización de los procesos de negocio, **4)** enfocar la optimización del gasto de hoteles y **5)** superar a las Agencias de viajes de Internet.

## Cuentas anuales 2004 - 2005

Las previsiones de crecimiento del tráfico de Carlson Wagonlit España en 2006 son del 7%, dentro del marco de nuestro plan de negocio local y global (CWT 007).

Continuaremos con nuestra estrategia de dar valor añadido a nuestros clientes, para lo cual seguiremos potenciando nuestro capital humano continuando con los programas de formación y promoción.

Asimismo, mantenemos como prioridad el incrementar las ventas del producto hotel en 2006. Es por ello que vamos a seguir ayudando a los clientes a realizar nuevos ahorros en este producto.

Por último, pensamos que la reestructuración del sector de viajes de negocios que se produjo a nivel global a principios de año brinda nuevas oportunidades a Carlson Wagonlit España.

### **HECHOS POSTERIORES A 31 DE DICIEMBRE DE 2005**

Desde el 31 de diciembre de 2005 hasta la fecha de formulación de estas cuentas no se han producido otros hechos distintos a los contemplados en la Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2005 que afecten significativamente a los estados financieros adjuntos.

### **OTRA INFORMACIÓN**

La Sociedad no ha realizado operaciones con acciones propias durante el ejercicio, ni ha realizado actividades de Investigación y desarrollo.



CLASE 8.ª



012776202

### Formulación de Cuentas Anuales e Informe de Gestión

Diligencia que se extiende para hacer constar que los abajo firmantes, miembros del Consejo de Administración de CWT Viajes de Empresa, S.A. formulan el contenido de estas Cuentas Anuales e Informe de Gestión correspondientes al ejercicio social cerrado al 31 de diciembre de 2005, extendidas en 23 hojas de papel escritas por una sola cara, numeradas de la 012776179 a la 012776201 todas las cuales están rubricadas por los miembros del Consejo de Administración y en prueba de su conformidad las firman a continuación.

27 de febrero de 2006

D. Richard Grahame Lovell  
Presidente

D. Nicholas Francou  
Consejero

D. Marino Faccini  
Consejero y Director General



# nuestra presencia en España

**15004 A CORUÑA**

Fernando González, 7 - 9, 1º A  
Tel : 981 12 66 65

**03003 ALICANTE**

Reyes Católicos, 31-33, 1º B  
Tel : 96 513 08 24

**08009 BARCELONA**

Valencia, 307 - 5º  
Tel : 93 476 75 00

**08003 BARCELONA**

Via Laietana, 16  
Tel : 93 507 03 50

**48370 BERMEO (Vizcaya)**

Prantzisko Deuna Atea, 14, Entpla  
Tel : 94 618 60 08

**48011 BILBAO**

Plaza Sagrado Corazón, 5 - 3º  
Tel : 94 428 75 01

**30201 CARTAGENA (Murcia)**

Jara, 31 - 2º E - Edificio Gran Hotel  
Tel: 96 832 15 80

**15403 FERROL A Coruña)**

N. López Seoane 21-23. Entlo. A - nº 3  
Tel: 981 36 98 10

**11404 JEREZ DE LA FRONTERA (Cádiz)**

Córdoba, 2 - A, 1º  
Tel : 956 03 75 00

**35004 LAS PALMAS DE GRAN CANARIA**

Luis Doreste Silva, 62 - 1º  
Tel: 928 23 41 55

**28027 MADRID**

Condesa de Venadito, 1 - 5º  
Tel : 91 724 99 21

**07001 PALMA DE MALLORCA**

Palau Reial, 12  
Tel : 971 42 54 23

**31008 PAMPLONA (Navarra)**

Pº García de Nájera, 2 - Entpla E  
Tel: 948 19 67 85

**08201 SABADELL (Barcelona)**

Plaza Sant Roc, 22 - 1º  
Tel : 93 726 53 77

**20004 SAN SEBASTIÁN**

Avda. de la Libertad, 32 - 1º  
Tel : 943 42 91 92

**38002 SANTA CRUZ DE TENERIFE**

Pilar, 2  
Tel: 922 24 66 83

**41018 SEVILLA**

Balbino Marrón, 3  
Edif. Viapol A - 2º Mod 11  
Tel : 95 493 27 64

**43001 TARRAGONA**

Cristóbal Colón, 4-6, 5º, Puerta 4  
Tel : 977 23 78 27

**46002 VALENCIA**

Plaza del Ayuntamiento, 8, 2º,  
Puerta 4  
Tel : 96 352 97 78

**36201 VIGO**

Urzaiz, 27 - 6º B  
Tel : 98 602 14 30

**50004 ZARAGOZA**

José Luis Albareda, 1 - 1º C  
Tel: 976 48 20 22

**CENTRALES DE GRUPOS****08011 BARCELONA**

Aragón, 182 - 7º  
Tel : 93 452 23 23

**48011 BILBAO**

Plaza Sagrado Corazón, 5 - 3º  
Tel : 94 428 75 48

**28027 MADRID**

Condesa de Venadito, 1 - 5º  
Tel : 91 724 99 35

**46002 VALENCIA**

Plaza del Ayuntamiento, 8, 2º, Puerta 4  
Tel : 96 302 11 11

**RECEPTIVO KeyDM/ INTERSOL****28027 MADRID (Central)**

Condesa de Venadito, 1 - 5º  
Tel : 91 205 89 40

**VACACIONAL**

Tel : 902 500 528

[www.carlsonwagonlit.es/vacaciones](http://www.carlsonwagonlit.es/vacaciones)

Atendemos a nuestros clientes en estas oficinas y en más de 102 Implants.  
Consulte nuestra Web: [www.carlsonwagonlit.es](http://www.carlsonwagonlit.es)



Carlson Wagonlit Travel supports the 'The Code of Conduct for the Protection of Children from Sexual Exploitation in Travel and Tourism'.  
Visit: [www.thecode.org](http://www.thecode.org) or [www.ecpat.net](http://www.ecpat.net) for more information.

