

# Premsa diària i suplement



## Las grandes redes se vuelcan en 'corporate'

Trabajan en la captación de grandes cuentas públicas y privadas. *Panorama / Pág. 15*



# Las grandes redes se vuelcan con el 'corporate' ante las carencias de los viajes vacacionales

Viajes El Corte Inglés es el líder en 'business travel' en España con unas ventas de más de 1.000 millones en 2016

La lucha por ganar el concurso del contrato de la Administración General del Estado — conocido en el Sector como CORA—, que finalmen-

te se repartió entre los cuatro aspirantes (Nautalia-IAG7 Viajes, Halcón Viajes y Viajes El Corte Inglés), ha sido el último ejemplo de la cre-

ciente importancia que dan las grandes redes al *corporate*. En los últimos años, todas ellas han crecido de forma significativa.

Los viajes de negocios se han convertido con el paso de los años en el gran objeto de deseo de las agencias de viajes, especialmente de las grandes redes. La atomización existente en el negocio vacacional, segmento en el que las plataformas *online* de distribución han crecido a pasos agigantados en las dos últimas décadas, unido a la escasa rentabilidad que generan la mayoría de productos y servicios, ha llevado a muchas agencias físicas a volcarse con el *corporate*. Gracias a ello obtienen unos márgenes superiores, aunque también requieren de una mayor capacidad de financiación para soportar los cobros a crédito.

Según los datos recogidos en un informe de Amadeus y la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), de las 4.500 agencias que operan en el mercado español, un 7% se declara de negocios (un 70% más de sus ventas corresponden a este segmento), mientras que un

42% reparte su actividad entre el *corporate* y el vacacional. En comparación con 2009, año en el que la crisis económica comenzó a afectar de lleno a la industria turística, las primeras representaban el 5%, mientras que el porcentaje de las segundas era únicamente del 32%, diez puntos por debajo del actual. A día de hoy, siempre según los datos del citado estudio, el producto vacacional representa el 60% de la facturación de las agencias de viajes.

## Líder en 'business travel'

Viajes El Corte Inglés es, con amplísimo margen, líder indiscutible en *business travel*. Y ello a pesar de que Halcón Viajes le ganó la carrera para hacerse con el contrato centralizado de la Administración General del Estado, valorado en 171 millones de euros. En 2016, año en el que la cifra de negocio de Viajes El Corte Inglés ascendió a 2.396,7, el *corporate* representó el 45%, es decir, 1.078,5 millones.



Los viajes de negocios están en el foco de las grandes redes.

Globalia, por su parte, demostró su apuesta por este nicho con el lanzamiento en noviembre de 2016 de Globalia Corporate Travel, marca resultante de la fusión de Halcón Empresas y Halcón Eventos. Según los últimos datos a los que ha tenido acceso este periódico, esta línea de negocio aporta cerca del 35% de los ingresos de la división minorista del grupo turístico, que rondó los 1.100 millones de euros en 2016,

lo que vendrían a ser unos 385 millones de euros. La marca, que cuenta con dos direcciones nacionales y más de 200 centros especializados, gestiona los desplazamientos de más de 7.000 clientes corporativos a nivel nacional e internacional.

Otro grupo que apuesta fuerte por este segmento es Ávoris Reinvesting Travel. El equilibrio entre un servicio local a la vez que global ha llevado a BCD Travel, división

especializada en *corporate*, a gestionar una cartera cercana a los 4.000 clientes mediante una estructura de 49 *outplants* e *implants*, 43 BTC's, además de nueve oficinas de incentivos y convenciones bajo la marca BCD M&E.

Nautalia Viajes también ha sabido hacerse un hueco en los viajes de negocios. La agencia perteneciente a Wamos, que inició su andadura en 2011 con un enfoque claramente vacacional, creó en enero de 2013 su división *business travel*. Cuatro años después, este segmento representa aproximadamente un tercio de su cifra de negocio, que ascendió en 2016 a 262 millones de euros. Además, todo parece indicar que esta cifra crecerá en los próximos años gracias a su victoria en los dos lotes más jugosos del contrato de servicios centralizados de la Administración General del Estado, a los que concurría a través de una Unión temporal de Empresas (UTE) junto a IAG7 Viajes.

