GRI 102-10

COVID-19. Impacto y respuesta de Amadeus

Resumen del impacto de la COVID-19 en el sector de los viajes

La pandemia de la COVID-19 está teniendo efectos muy perjudiciales y sin precedentes en el sector de los viajes debido a los confinamientos y las restricciones a los viajes impuestas por países de todo el mundo para controlar la propagación del virus. La incertidumbre en cuanto a la evolución de la pandemia y las restricciones a los viajes asociadas también están afectando negativamente a la planificación y a la eficiencia operacional en el sector.

2020 comenzó con un moderado crecimiento en los viajes, pero a medida que la COVID-19 se fue propagando, la actividad se desplomó a mínimos en marzo y abril. Tras la incipiente actividad de mayo y junio, los viajes experimentaron a lo largo del verano una lenta mejoría en diversas regiones gracias al levantamiento de las restricciones a los viajes en algunas partes del mundo, pero decrecieron de nuevo cuando los gobiernos volvieron a imponer restricciones como respuesta a los nuevos brotes de COVID-19 hacia el final de la temporada estival. Desde ese momento y hasta final de año, los viajes se mantuvieron en bajos niveles de actividad.

Aunque la pandemia ha afectado enormemente a todos los grupos de interés del sector y a todos los territorios, algunos sectores, al igual que las aerolíneas, se vieron más gravemente afectados que otros, como la hostelería, por ejemplo. Por lo que respecta a los destinos, los mercados con menor cantidad de viajeros nacionales se vieron más afectados por la pandemia que los grandes mercados turísticos como EE. UU. o China.

Continuamos realizando un seguimiento constante de la evolución del sector y de nuestros clientes para poder reaccionar rápidamente a los cambios y ayudar a avanzar de la mejor manera posible. En estos momentos difíciles, en Amadeus nos hemos centrado en garantizar nuestra estabilidad financiera, proteger a nuestros empleados y ayudar a nuestros clientes.

Medidas adoptadas por Amadeus

Durante la crisis surgida a raíz de la COVID-19, nuestra prioridad ha sido garantizar la estabilidad financiera de la empresa, proteger la salud y el bienestar de nuestros empleados, así como continuar dando soporte a nuestros clientes.

1. Mejora de la liquidez de la empresa

Desde el inicio de la pandemia, Amadeus ha adoptado las siguientes medidas para garantizar la solidez financiera y mejorar la liquidez: ⇢

- En marzo, lanzamos un plan de eficiencia para reducir nuestros costes fijos y nuestra inversión en inmovilizado en 300 millones de euros anuales. Simultáneamente, el Consejo de Administración aprobó la cancelación del dividendo complementario de 0,74 € por acción, que debía pagarse una vez aprobado por la Junta General de Accionistas.
- También en marzo, firmamos una línea de crédito de moneda única por valor de 1.000 millones de euros, a un plazo de un año más dos ampliaciones de seis meses cada una al vencimiento, que se utilizaron para refinanciar el capital circulante y la deuda con vencimiento en 2020. Esto complementa la línea de crédito rotativo de moneda única por valor de 1.000 millones de euros que formalizamos en abril de 2018.
- En abril, ampliamos la capitalización de la empresa con 1.500 millones de euros adicionales, de los cuales aproximadamente 750 millones correspondieron a un incremento de capital y 750 millones a la emisión de obligaciones convertibles.
- En mayo mejoramos nuestra liquidez disponible y aplazamos el vencimiento de la deuda mediante la emisión de dos bonos que ascendían a un total de 1.000 millones de euros. El primer bono tiene un valor nominal de 500 millones de euros y vencerá en mayo de 2024. El segundo, también con un valor nominal de 500 millones de euros, vencerá en mayo de 2027. Tras ello, Amadeus canceló el primer tramo (500 millones de euros) de su crédito puente no dispuesto de 1.000 millones de euros formalizado el 25 de marzo de 2020.

⇢ Para más información, consulte “Accionariado y entidades financieras”, pág. 140.

_ En el segundo trimestre, Amadeus desarrolló y puso en marcha un amplio plan para reforzar nuestras capacidades para el futuro. Este plan implica acciones para mejorar el modo en que operamos y damos servicio a nuestros clientes y para mejorar la innovación, y conseguirá una reducción de los costes fijos de 250 millones de euros anuales. Este ahorro se suma al plan de ahorro de costes de 300 millones de euros anunciado en marzo.

_ En septiembre, Amadeus reforzó su liquidez y amplió los plazos de vencimiento de su deuda mediante la emisión de un eurobono de 750 millones de euros con vencimiento en septiembre de 2028. Tras ello, Amadeus canceló los 500 millones de euros restantes de su crédito puente no dispuesto formalizado el 25 de marzo de 2020.

2. Protección de nuestros empleados

Dada la naturaleza de nuestro negocio y su alcance global, Amadeus está plenamente comprometido y reconoce el beneficio de contar con un enfoque de Gestión de la resiliencia del negocio. Se trata de dotar a la organización de los mecanismos y herramientas que le permitan anticiparse, prepararse, responder y adaptarse a acontecimientos susceptibles de afectar negativamente a su equipo humano, sistemas e infraestructura, y que le permitan afrontar las alteraciones de los servicios con el fin de minimizar el posible impacto.

Cuando se producen contratiempos, nuestra prioridad siempre es garantizar el bienestar de nuestros empleados y, en este sentido, contamos con mecanismos que nos permiten gestionar y responder a los acontecimientos susceptibles de afectar a nuestra plantilla. Realizamos una vigilancia constante de los acontecimientos con potencial para afectar a la salud y seguridad de nuestro equipo humano, así como a su capacidad de trabajo.

Más concretamente, además de los Equipos de gestión de crisis globales, también contamos con Equipos de gestión de crisis locales que se encargan de gestionar este tipo de acontecimientos de ámbito local mediante:

_ Planes de continuidad de negocio implantados tanto a nivel de sede como de departamento.

_ Herramientas y procesos de notificación masiva para su uso durante emergencias o para hacer llegar información actualizada a los empleados durante los contratiempos. Esto permite enviar mensajes de manera inmediata y gestionar así las alteraciones de los servicios.

Estas herramientas ya se han probado y ya se están empleando. Nuestros equipos están trabajando con normalidad, por lo que confiamos en que nuestra preparación para afrontar eventos críticos ha funcionado y podremos continuar dando servicio a nuestros clientes sin incidencias.

Algunas de las medidas adoptadas, tanto a nivel local como global, son:

_ Planes de respuesta ante emergencias.

_ Modos alternativos de trabajo para garantizar la continuidad de las operaciones. Algunos ejemplos de ello son el teletrabajo, las soluciones de soporte y equipos para ofrecer un trabajo ininterrumpido o las instalaciones secundarias.

_ Criterios y umbrales para determinar cuándo han de implantarse los modos alternativos de trabajo.

_ Comunicaciones y notificaciones internas.

_ Medidas preventivas y reactivas en materia de salud y seguridad.

Nuestro enfoque ante el coronavirus

Desde el 30 de enero de 2020, cuando la Organización Mundial de la Salud declaró que el brote del nuevo coronavirus —a partir de entonces llamado COVID-19— constituía una emergencia de salud pública de importancia internacional, nos mantuvimos atentos a la situación en estrecho contacto con fuentes de información de confianza tales como International SOS y la propia Organización Mundial de la Salud, tanto a nivel de grupo como local. Asimismo, seguimos las directrices de las administraciones locales en relación con posibles cambios, locales o globales, que pudieran afectar a nuestros empleados.

Dimos apoyo a las sedes de Amadeus ubicadas en los países afectados, o próximas a ellos, a fin de garantizar que se adoptaban las precauciones necesarias y atendimos las preocupaciones de los empleados. Pusimos en marcha nuestros planes de continuidad de negocio, tanto a nivel local como de grupo, y logramos trabajar con normalidad, independientemente de que las sedes estuvieran abiertas o teletrabajando.

Algunas medidas concretas fueron:

_ Reconocimiento de la Organización Mundial de la Salud y de International SOS como nuestra fuente de información a la hora de realizar el seguimiento y la planificación.

_ Equipos locales específicos de cada país para trabajar estrechamente con las administraciones locales y responder a los requisitos específicos de cada sede o país.

_ Gestión global de las comunicaciones con mensajes dirigidos a todos los empleados, así como mensajes específicos para los empleados de las sedes locales en caso necesario.

_ Requerimiento a todos nuestros empleados para que en sus viajes consulten las recomendaciones de viaje de International SOS y estén atentos a posibles alertas de International SOS en relación con su destino concreto, debido a los posibles retrasos o alteraciones en los viajes.

_ Aumento de los servicios de desinfección y de las normas de higiene en las sedes con riesgo elevado.

Nuestra principal prioridad es garantizar el bienestar de nuestros empleados además de continuar dando servicio y prestando asistencia a nuestros clientes con las menores incidencias posibles.

3. Asistencia a nuestros clientes

Trabajamos estrechamente con nuestros clientes en todos los ámbitos del sector de los viajes para ayudarles a capear la crisis de la COVID-19 de la mejor manera posible. Puesto que la situación de cada cliente es única, hablamos con ellos de manera individual para determinar la mejor manera de prestarles apoyo durante estos momentos difíciles.

Estas son algunas de las medidas que adoptamos para apoyar a nuestros diferentes segmentos de clientes:

_ Aceleramos la entrega de productos y servicios que ayudan a nuestros clientes de aerolíneas a estar en contacto permanente con los viajeros y las agencias de viajes, por ejemplo gestionando preguntas frecuentes mediante *bots* conversacionales (*chatbots*), así como servicios de datos para ayudarles a supervisar sus negocios. En algunas soluciones, también creamos equipos específicos de atención al cliente allí donde nuestros clientes observaban elevados volúmenes de transacciones en el contexto actual.

_ Trabajamos con muchos de nuestros clientes, incluidas las aerolíneas, para aprovechar el espacio publicitario de Amadeus en nuestras soluciones para agencias de viajes y en la documentación del viajero con el fin de ofrecer información actualizada como, por ejemplo, modificación de horarios, cancelación de vuelos u otras posibles alteraciones de servicios.

_ Mantuvimos un soporte técnico constante para todos nuestros clientes a través de nuestros portales *online*. En concreto, ofrecimos capacidades de teletrabajo para las agencias de viajes y los hoteles con objeto de ayudarles a que pudieran seguir prestando servicio a sus clientes.

_ Reemplazamos la formación presencial por aulas virtuales y ampliamos nuestro extenso catálogo de recursos de *e-learning* en varios idiomas. Las agencias de viajes y aerolíneas pueden acceder a estos recursos en Amadeus Learning Universe, accesible a través de Amadeus Service Hub.

Estas medidas son solo algunos ejemplos de cómo hemos prestado ayuda a nuestros clientes durante este período ⇢. Seguiremos hablando con nuestros clientes de manera individual y explorando más opciones y medidas.

Reinventando los viajes

El sector de los viajes cambiará para siempre debido a los efectos de la pandemia y hay muchas preguntas en el aire: ¿Cómo podemos recuperarnos y renovar el sector de los viajes para que sea mejor que antes?, ¿cómo podemos reavivar la confianza de los viajeros y el deseo por vivir experiencias que solo pueden ofrecer los viajes?, ¿y cómo podemos adaptarnos a la nueva normalidad? Son preguntas que no puede responder una sola persona o empresa.

Durante 2020, Amadeus colaboró con clientes, socios y promotores e impulsores del sector de los viajes con vistas a reinventar el futuro de los viajes. Tal vez exista la oportunidad no solo de reconstruir el sector, sino de reconstruirlo mejor. A continuación, indicamos algunas de las ideas que tenemos en mente.

1. ¿Cómo podemos impulsar la confianza de los viajeros?

Para lograr la confianza de los viajeros es necesario comprender sus deseos y necesidades de forma profunda en todas las fases del viaje, para que podamos superar sus expectativas en cada momento.

Una vez entendamos de qué manera están cambiando los hábitos y expectativas de los viajeros, podremos adaptarnos como industria. Puede que sea necesario desarrollar nuevos productos y paquetes para ofrecer a los viajeros más opciones, mayor flexibilidad y un mejor servicio. Por ejemplo, esperamos aumentar las experiencias con poco contacto (*low-touch*) tanto en aeropuertos como en hoteles, permitiendo a los viajeros realizar sus trámites en el aeropuerto de manera remota a través de sus teléfonos móviles.

⇢ Para más información, consulte “Responsabilidad social”, pág. 88.

También es posible que los puntos biométricos logren mayor aceptación entre los pasajeros. Tanto al efectuar compras y reservas, como al viajar y al llegar a su destino, los viajeros querrán información actualizada y una atención al cliente bajo demanda, así como mayores medidas de higiene para su seguridad.

2. ¿Cómo podemos, como industria, salir más reforzados que nunca?

Si tenemos que reinventar el futuro de los viajes, merece la pena preguntarnos cómo podemos reconstruir el sector para que sea mejor que antes. El sector de los viajes siempre ha sido un motor de crecimiento económico mundial. Ahora es el momento de unirnos y encontrar nuevas formas de superar las barreras para que podamos maximizar la contribución de los viajes al bienestar económico, ambiental, social y cultural del planeta. ¿Cómo podemos formar nuevas alianzas y colaboraciones, no solo dentro del sector de los viajes, sino también en las esferas públicas y privadas?

El sector turístico ocupa un lugar idóneo para liderar la respuesta a la emergencia climática ⇢ y lograr un crecimiento sostenible. El Pacto Verde Europeo tiene como objetivo que Europa sea el primer continente climáticamente neutro en 2050, y el turismo desempeña un papel fundamental en este proceso. Si toda la comunidad global del ámbito de los viajes se pone de acuerdo, podemos crear un sector más sostenible, que apoye a las comunidades locales y a los pequeños negocios, que evite la masificación turística y que cuide de nuestro planeta.

3. ¿Cómo puede el sector de los viajes diseñar la nueva normalidad?

Para afrontar los retos del presente y prepararnos para el futuro, la tecnología y la innovación constituirán un potente motor de cambio. Situados en el centro del ecosistema de los viajes, nuestro compromiso pasa por ayudar a nuestros clientes a reconectar con los viajeros, para devolverles el placer de viajar y lograr que los viajes sigan siendo un motor de progreso y prosperidad en todo el mundo.

La tecnología moderna brinda la oportunidad al sector de los viajes para evolucionar a un ritmo que era impensable hace unas décadas.

Las herramientas flexibles, adaptables y preparadas para la nube, junto a unas prácticas de trabajo ágiles, permiten que las empresas desarrollen innovaciones rápidamente, sin invertir en la lenta reconfiguración de sistemas heredados. La inteligencia artificial basada en datos y el aprendizaje automático pueden acelerar la disponibilidad operativa y comercial para, por ejemplo, transformar el campo de la gestión de ingresos a un ritmo sin precedentes.

⇢ Para más información, consulte “Participación en las iniciativas ambientales del sector”, pág. 115.