

Informe Global 2021

Capítulo 1

Perfil de Amadeus y
resultados de la empresa



La versión PDF de este informe ha sido diseñada para ser accesible a todos los usuarios.

Cumple con el nivel AA de la actual norma europea EN-301549, las Directrices de Accesibilidad para el Contenido Web (WCAG 2.1) y la norma PDF/UA.

AMADEUS

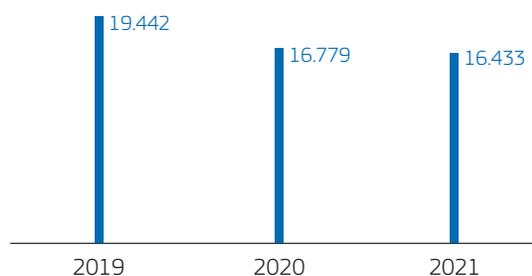


Perfil de Amadeus y resultados de la empresa



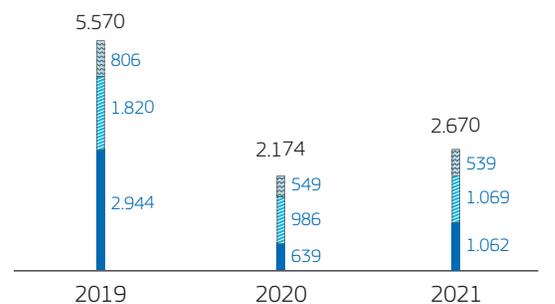
GRI 102-7, 102-8 | GRI 103-1, 103-2, 103-3 (Solvencia y rendimiento económico)

Total de empleados (cifras en FTE)*



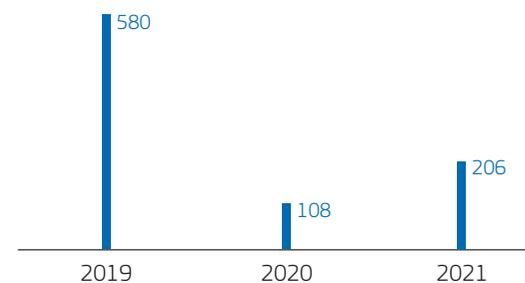
* Alcance: todas las empresas de plena titularidad de Amadeus. Cifras en Equivalentes a Tiempo Completo (FTE) a 31 de diciembre. FTE es el número de empleados convertido a una base de tiempo completo, por ejemplo un empleado que trabaje a tiempo parcial cubriendo un 80 % de una jornada a tiempo completo se considerará un 0,8 FTE.

Desglose de los ingresos* (cifras en millones €)



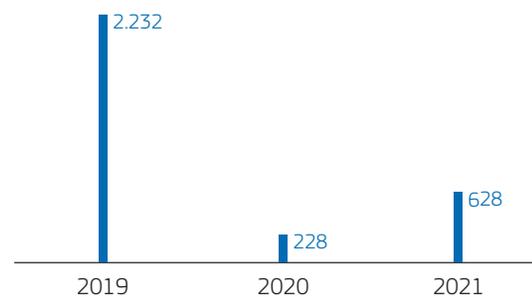
* Las cifras se presentan de conformidad al nuevo plan de información financiera por segmentos, implementado en el tercer trimestre de 2021.

Reservas aéreas de agencias de viajes* (cifras en millones)

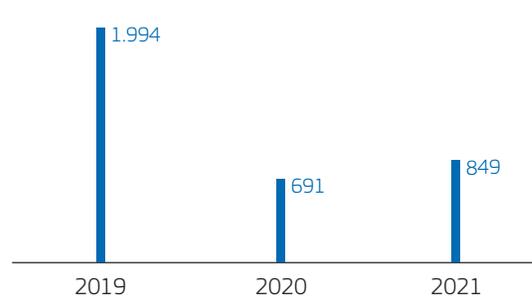


*Reservas aéreas procesadas por agencias de viajes que utilizan plataformas de distribución de Amadeus.

EBITDA¹ (cifras en millones €)

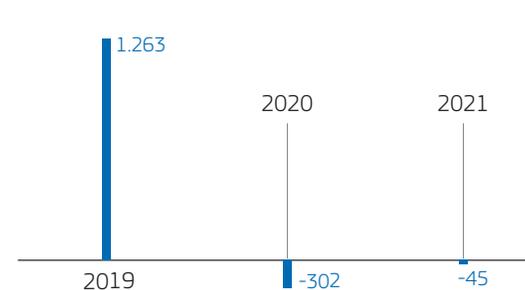


Pasajeros embarcados* (cifras en millones)

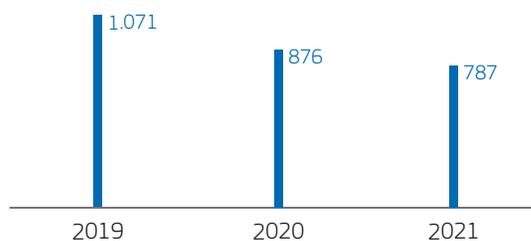


* Pasajeros embarcados reales en vuelos operados por aerolíneas que utilizan al menos los módulos Amadeus Altéa® Reservation e Inventory o Navitaire New Skies®.

Beneficio ajustado^{1,2} (cifras en millones €)

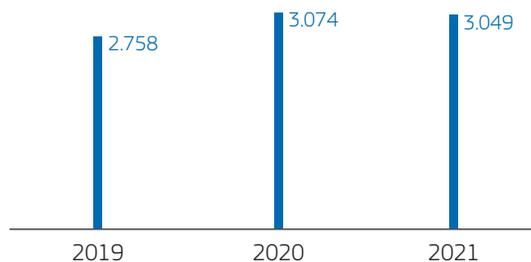


Inversión en I+D* (cifras en millones €)



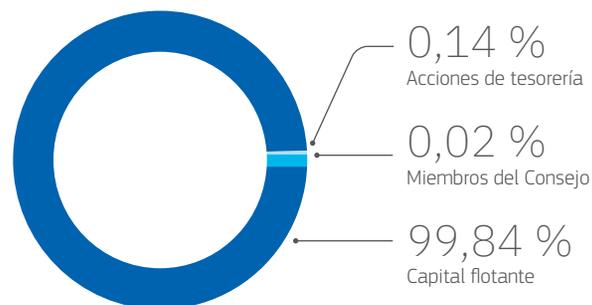
* Inversión bruta en I+D.

Evolución de la deuda neta* (cifras en millones €)



* Deuda financiera neta según nuestros contratos de apertura de líneas de crédito.

Estructura accionarial de Amadeus



A lo largo de 2021, y a pesar de las distintas olas de la pandemia de la COVID-19 que afectaron a los viajes, se produjo una recuperación constante del volumen de viajes, con tendencias positivas muy alentadoras tanto en las reservas aéreas como en el número de pasajeros embarcados en muchas regiones del mundo. Seguimos poniendo el foco en reforzar nuestro negocio y continuar invirtiendo en el futuro. En el aspecto comercial, logramos avances importantes y firmamos acuerdos históricos que han reforzado nuestra posición competitiva.

Reservas aéreas de agencias de viajes

Las reservas aéreas totales de agencias de viajes de Amadeus disminuyeron en un 64,4 % en 2021 con respecto a 2019 (en comparación con 2020 aumentaron un 91,9 %). La región con los mejores resultados anuales fue Norteamérica, donde se registró una caída del 44,3 % con respecto a los niveles de 2019 (en el cuarto trimestre, las reservas en esta región solo se situaron un 19,9 % por debajo de los niveles de 2019). Fue alentador comprobar que Asia-Pacífico, la región con peores resultados en volumen de reservas desde el inicio de la pandemia, registró en el cuarto trimestre su mejor progreso trimestral hasta la fecha.

Pasajeros embarcados

Los pasajeros embarcados (PE) en 2021 disminuyeron un 57,4 % con respecto a 2019 (en comparación con 2020 aumentaron un 22,9 %). La región con mejores resultados anuales fue Norteamérica, que registró una caída de solo el 20,1 % con respecto a 2019 en el volumen de PE. En el cuarto trimestre, varias regiones registraron mejoras sustanciales de rendimiento con respecto al trimestre anterior, como Europa occidental, Asia-Pacífico, Oriente Medio y África.

Ingresos

Los ingresos aumentaron un 22,8 % con respecto a 2020, aunque comparados con 2019 sufrieron un descenso del 52,1 %. Los ingresos de Air Distribution crecieron un 66,1 % en comparación con 2020, lo que representa una caída del 63,9 % frente a 2019, debido al descenso en el volumen de reservas aéreas. Los ingresos de Air IT Solutions aumentaron un 8,5 % con respecto a 2020, si bien suponían un 41,2 % menos que en 2019. Tal como ha ocurrido con los ingresos por reserva en el área de distribución, durante 2021 nuestros ingresos por pasajero embarcado fueron superiores que en 2019, impulsados por la evolución de varias líneas de ingresos no vinculadas con los PE. Los ingresos de Hospitality & Other Solutions (que incluye Hospitality y Payments) cayeron en un 33,2 % con respecto a 2019.

Inversión en I+D

La inversión bruta en I+D descendió en un 10 % con respecto a 2020. Históricamente, hemos dedicado una parte importante de nuestros ingresos anuales a la inversión en I+D y en 2021 mantuvimos un compromiso muy firme en ese sentido, si bien es cierto que la COVID-19 nos ha obligado a priorizar nuestros proyectos más estratégicos y posponer otras iniciativas. Entre los proyectos más relevantes, destacan la adopción de servicios en la nube y tecnologías de nueva generación, un mayor desarrollo de nuestro sistema central de reservas combinado y modular para el sector de la hostelería, la industrialización de la Nueva Capacidad de Distribución (NDC), mejoras en las herramientas de compra, compra minorista y *merchandising* e implementaciones de clientes.

EBITDA¹ y beneficio ajustado^{1,2}

El EBITDA ascendió a 627,6 millones de euros, lo que supone un incremento del 175,5 % con respecto a 2020, pero un descenso del 71,9 % en comparación con 2019. La evolución del EBITDA, en relación con 2019, registró un descenso del 70,1 % en la contribución de Air Distribution, una caída del 48,0 % en la contribución de Air IT Solutions, una disminución del 41,8 % en la contribución de Hospitality & Other Solutions y un descenso del 13,1 % en costes indirectos debido a las medidas de eficiencia de costes. Las pérdidas anuales ajustadas² se redujeron hasta 44,7 millones de euros desde -302,4 millones de euros en 2020.

Deuda neta

Los principales cambios en nuestra deuda en 2021 consistieron en la emisión en febrero de bonos a tipo variable por valor de 500 millones de euros, la amortización en agosto de bonos por valor de 500 millones de euros emitidos en noviembre de 2015, y la reducción del uso del programa de emisión de Papel Comercial Europeo (ECP) multidivisa por un importe neto de 622 millones de euros.

- Las cifras de 2021 y 2020 se han ajustado para excluir los costes por importe de 28,6 millones de euros (19,8 millones después de impuestos) asumidos en 2021, y 169,1 millones de euros (120,9 millones después de impuestos) asumidos en 2020 en relación con la ejecución del programa de ahorro de costes anunciado en 2020. Las cifras de 2019 incluyen los costes de adquisición relacionados con TravelClick.
- Excluyendo el efecto después de impuestos de las siguientes partidas: (i) efectos contables derivados de la asignación del precio de compra (PPA) y de las pérdidas por deterioro, (ii) ganancias (pérdidas) no operativas por operaciones de cambio de moneda y (iii) otros efectos no operativos y no recurrentes.

Perspectiva para el sector de los viajes



Volumen total de viajes

En 2019, antes de la crisis de la COVID-19, la contribución de los viajes y el turismo a la economía mundial se estimaba en 8,9 billones de dólares, una cifra que equivale a más de un 10 % del PIB mundial y supone 330 millones de puestos de trabajo (1 de cada 10 en todo el mundo).¹ Por otro lado, en aquel momento se esperaba que el tráfico aéreo medido en ingresos por pasajero y kilómetro (RPK) creciera a un promedio anual del 4,6 % en los próximos 20 años.²

Aunque, en el pasado, el sector de las aerolíneas se recuperó completamente de las perturbaciones en la demanda (SARS, recesiones económicas globales, ataques terroristas) en 6-18 meses, el impacto de la crisis de la COVID-19 en los viajes y el turismo no tiene precedentes en intensidad y duración.³ Tanto es así que la contribución estimada de los viajes y el turismo a la economía mundial descendió en un 49 % de 2019 a 2020, frente a un descenso del 3,7 % de la economía global.⁴

El sector de la aviación se ha visto aún más afectado y se enfrenta a su peor crisis desde el comienzo de la aviación comercial tras la Segunda Guerra Mundial. Varias aerolíneas han desaparecido del mercado, mientras que otras solamente sobreviven gracias a ayudas públicas. Esto se ha visto reflejado en una caída del 66 %⁵ en los viajes aéreos en 2020.

Pese a todo, nuestro sector siempre ha superado las recesiones a lo largo de su historia. En 2021 y 2022 se espera que el sector se recupere de forma parcial y consiga disminuir la brecha en el tráfico aéreo respecto a 2019, reduciéndose un

¹ Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTTC) (junio de 2020). *Global Economic Impact & Trends 2020*.

² Boeing (2019). *Commercial Market Outlook 2019-2038*.

³ Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) (octubre de 2021). "[COVID-19: Airline Industry Outlook](#)".

⁴ Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTTC) (junio de 2021). *Global Economic Impact & Trends 2021*.

-60 % y -39 % respectivamente.⁵ A largo plazo, la previsión es que el tráfico aéreo recupere las tasas de crecimiento anual del 4 %.⁶

Evolución regional

Se espera que la evolución del sector de los viajes sea muy desigual en las distintas regiones del mundo. Antes de la pandemia, se esperaba que el crecimiento en el sector de los viajes fuera particularmente pronunciado en Asia-Pacífico, así como en Oriente Medio y África, y que la contribución directa de los viajes y el turismo al PIB creciera a una tasa de crecimiento compuesto anual del 4-5 %. En el resto del mundo se esperaban tasas de crecimiento algo más lentas, pero por encima del 2,5 % en cualquier región.⁷ A pesar de los efectos de la crisis de la COVID-19, esperamos que, en general, estas tendencias se mantengan a largo plazo.

En el ámbito concreto del tráfico aéreo, en Asia-Pacífico, Latinoamérica y África se espera un crecimiento a largo plazo más rápido que en otras regiones. Se prevé que Oriente Medio crezca en consonancia con la tendencia general del 4 % anual y que Europa y Norteamérica crezcan a un ritmo más lento.⁸

Como resultado de estas diferencias en la evolución de las regiones, el centro de gravedad en el mundo de los viajes seguirá desplazándose de oeste a este, y Asia-Pacífico será el principal catalizador del crecimiento.

Amadeus está en una situación ventajosa para aprovechar este crecimiento en Asia-Pacífico. Contamos con una amplia presencia local y una plantilla de más de 4.300 personas en la región, lo cual representa el 26 % de todo nuestro equipo humano. ➔ También tenemos una posición de mercado muy sólida en el área de negocio Distribution y muchas aerolíneas importantes son clientes de nuestra línea de negocio Airline IT.

⁵ Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) (octubre de 2021). "[Economic Performance of the Airline Industry](#)".

⁶ Boeing (2021). *Commercial Market Outlook 2021-2040* (tasa de crecimiento del 4 % con respecto al tráfico de 2019).

⁷ Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTTC) (marzo de 2019). *Travel & Tourism Economic Impact 2019 World*.

⁸ Boeing (2021). *Commercial Market Outlook 2021-2040*.

➔ [Para más información, consulte "Trabajadores por región", pág. 76.](#)

Tendencias y sucesos importantes que afectan al sector de los viajes

Algunas tendencias y sucesos importantes que afectan al sector de los viajes son las crisis sanitarias, los acontecimientos geopolíticos, los niveles de crecimiento económico, los modelos de trabajo híbrido, las limitaciones de capacidad y los problemas de sostenibilidad.

Crisis sanitarias

Hasta que el mundo fue azotado por la pandemia de la COVID-19, las crisis sanitarias del SARS, el MERS y el ébola solo afectaron al volumen de viajes a escala regional y durante un período de tiempo relativamente corto.⁹ La COVID-19 reviste una gravedad de un calado completamente distinto y se ha propagado geográficamente por todo el mundo con mucho mayor impacto en los viajes.

Devolver la confianza a los viajeros es ahora la prioridad del sector y de los gobiernos. Esto exige un esfuerzo coordinado para implementar cambios prácticos en los procedimientos establecidos siguiendo las recomendaciones de las autoridades de salud pública, a fin de garantizar la salud de los pasajeros. Más allá de la evolución de la pandemia y el ritmo de vacunación, la recuperación económica y la coordinación internacional de medidas relacionadas con los viajes son esenciales para recuperar la confianza de los viajeros.

Los gobiernos, las asociaciones profesionales, los actores del sector de los viajes y las empresas tecnológicas han lanzado numerosas iniciativas para afrontar el impacto de la COVID-19 en la demanda de viajes; por ejemplo, “burbujas de viaje”, soluciones sin contacto para la facturación o el registro, test rápidos, soluciones mediante cartilla sanitaria o seguros contra incidencias relacionadas con la COVID-19.

Amadeus desempeña un papel fundamental, con iniciativas como Safe Travel Ecosystem.↪ El uso de la palabra “ecosistema” es deliberado. Somos conscientes de que, para recuperar el apoyo de los viajeros, recobrar su confianza y eliminar obstáculos a los viajes, será imprescindible articular una colaboración sin precedentes. Ninguna organización puede, por sí sola, lograr este objetivo. También creemos en el papel vital que desempeña la tecnología como elemento posibilitador

⁹ Global Rescue y Consejo Mundial de Viajes y Turismo (octubre de 2019). *Crisis Readiness*.

↪ Para más información, consulte “Safe Travel”, pág. 57.

para lograr viajes más seguros. Gracias a las soluciones sin contacto y la biometría, la tecnología puede transformar positivamente los viajes.

Creemos que para lograr una recuperación del sector de los viajes es necesario un esfuerzo colectivo por parte de todos los grupos de interés. Por ejemplo, estamos trabajando estrechamente con nuestros clientes del sector aéreo, aeroportuario y de la hostelería, así como con nuevos actores como laboratorios de análisis clínicos y agregadores de información sanitaria digital, para integrar y digitalizar los resultados de test y autorizaciones para viajar en nuestras soluciones de gestión de pasajeros y huéspedes.

Geopolítica

Los asuntos geopolíticos y de seguridad en ciertas partes del mundo están afectando de forma significativa a los viajes.

Las tensiones políticas y un creciente nivel de proteccionismo están afectando negativamente a los viajes. De hecho, en 2018, antes de la crisis de la COVID-19, la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) estimó las diferencias significativas en el crecimiento de los viajes aéreos durante los próximos 20 años en un hipotético caso base (“Política constante”: 3,5 % crecimiento anual) y en dos casos extremos (“Globalización inversa”: 2,4 % anual; “Liberalización máxima”: 5,5 % anual).¹⁰ En cuanto al número de pasajeros en 2037, la diferencia sería de casi el doble entre el mejor y el peor escenario.

Amadeus está profundamente preocupado por la crisis humanitaria que está sufriendo Ucrania. Los equipos de toda la empresa —tanto en People & Culture y Business Resilience como en el resto de líneas de negocio— se han mantenido en continuo contacto con los empleados locales para ayudarles de la mejor forma posible. Mientras tanto, nuestros equipos en la región han hecho todo lo que está en sus manos para garantizar la continuidad del negocio y prestar servicio a nuestros clientes, a pesar de que la situación se agrava cada día que pasa. Queremos hacer hincapié, no obstante, en que la máxima prioridad es la seguridad de nuestro equipo humano y sus familias.

¹⁰ Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) (24 de octubre de 2018). [“IATA Forecast Predicts 8.2 Billion Air Travelers in 2037”](#).

Al mismo tiempo, las amenazas terroristas están provocando restricciones en los viajes, un aumento de la seguridad y el control fronterizo, así como una carga administrativa para el viajero. Esto, unido a un menor deseo de viajar, puede tener un efecto moderador en la demanda. Sin embargo, la historia ha demostrado que los problemas de seguridad tienden a afectar únicamente a determinados países o regiones y suelen ser de corta duración. Además, la gran diversificación geográfica de Amadeus ayuda a limitar el impacto de este tipo de aspectos en nuestro negocio. La tecnología ha aportado soluciones a cuestiones de seguridad en el pasado y es probable que siga haciéndolo, lo cual representa más oportunidades para los grandes proveedores de soluciones tecnológicas para viajes que tengan el tamaño y el alcance necesarios, como Amadeus.

Crecimiento económico

Los niveles de crecimiento económico están estrechamente vinculados con el crecimiento del sector de los viajes a largo plazo,¹¹ aunque esta correlación general varía sustancialmente a lo largo del tiempo y de una región geográfica a otra.

A corto/medio plazo, dado que la pandemia de la COVID-19 ha tenido un impacto económico dispar sobre los países y ciudadanos, y teniendo en cuenta que la recuperación de la crisis es probable que sea desigual,^{12,13} durante este periodo las relaciones entre el crecimiento del PIB y el sector de los viajes pueden ser diferentes a lo que se ha venido observando históricamente. Sin embargo, la demanda de viajes es resiliente y en cualquier parte del mundo sigue existiendo la necesidad de viajar para visitar a amigos y familiares, hacer negocios en persona y disfrutar de nuevos destinos.

Las soluciones técnicas pueden ayudar a lograr una experiencia de viaje fluida y contribuir a una recuperación más rápida de la demanda de viajes.

Modelos de trabajo híbrido

La pandemia de la COVID-19 y los correspondientes confinamientos han dado lugar a nuevas modalidades de trabajo. Los modelos de trabajo híbrido, que combinan el

¹¹ Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) (8 de febrero de 2019). "[Air travel GDP Multiplier Falls Sharply Back to its 20-Year Median](#)".

¹² Banco Mundial (junio de 2021). *Global Economics Prospects*.

¹³ Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) (octubre de 2021). "[COVID-19: Airline Industry Outlook](#)".

teletrabajo con el trabajo presencial en la oficina, constituyen la nueva normalidad y las opciones de teletrabajo cada vez son más comunes en muchas empresas. Actualmente, se observa una mayor proporción de la jornada laboral fuera de la oficina y estas dinámicas laborales flexibles han suscitado nuevas tendencias y prácticas, como la combinación de periodos de trabajo precedidos o seguidos inmediatamente de vacaciones ("trabajaciones").

Ante las señales de recuperación, aumentará el tiempo de la jornada laboral que transcurre en la oficina. Sin embargo, no esperamos que vuelvan los modelos laborales anteriores a la pandemia. El propósito de la oficina ha cambiado y ahora es un lugar para reunirse, colaborar y socializar. Se da prioridad a los espacios para efectuar las interacciones presenciales que no pueden realizarse cuando se trabaja desde casa o de forma asíncrona.

Como resultado de estas nuevas tendencias, esperamos ver un impulso en los viajes de negocios. Aquellas personas que teletrabajan, en ocasiones desde lugares remotos, ahora harán viajes de negocios más orientados a acudir a la oficina o a otra ubicación central para fomentar las relaciones personales con sus equipos.

Limitaciones de capacidad

El crecimiento de los viajes está generando una saturación en las infraestructuras de viajes, especialmente en los aeropuertos. En verano de 2019, 204 aeropuertos fueron declarados instalaciones coordinadas por franjas de Nivel 3, lo que significa que no disponían de la capacidad de pistas, rampas o puertas de embarque para gestionar todos los vuelos que las aerolíneas desearían operar.¹⁴ En ese momento, se esperaba también que pudiera haber otros 100 aeropuertos declarados instalaciones coordinadas por franjas en los siguientes 10 años debido a que el desarrollo de infraestructuras aeroportuarias no seguía el ritmo del crecimiento en el tráfico.¹⁵

Aunque la pandemia de la COVID-19 ha reducido sustancialmente el número de pasajeros, durante la recuperación del sector los problemas de limitaciones de capacidad podrían verse exacerbados por la necesidad de los aeropuertos de salvaguardar a los pasajeros y cumplir con las nuevas normas sanitarias nacionales y mundiales. Esto, a su vez, aumenta la posibilidad de que las terminales se masifiquen y se formen colas y congestión.

¹⁴ Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) (octubre de 2021). "[Worldwide Airport Slots](#)" (ficha).

¹⁵ Steve Creedy (2 de junio de 2019). "[IATA: Capacity Crunch to Hit Another 100 Airports](#)", AirlineRatings.

Las medidas de distanciamiento social por sí solas ya supondrán una merma de la capacidad aeroportuaria, por lo que es de esperar que los aeropuertos que ya operaban casi al límite de capacidad antes de la crisis de la COVID-19 alcancen su saturación máxima con tan solo un 60-75 % de sus picos de tráfico previos a la pandemia.¹⁶

Dado que la tecnología puede facilitar un uso más eficiente de estos escasos recursos, el sector tendrá que invertir en sistemas tecnológicos. Por ejemplo, mientras que en los sistemas de facturación tradicionales los pasajeros se dirigen a los mostradores de facturación e interaccionan con agentes para obtener una tarjeta de embarque o depositar su equipaje, con la tecnología de empresas como Amadeus, los aeropuertos pueden disponer puestos fijos o móviles de facturación o de depósito de equipaje en diversas ubicaciones dentro o fuera de la terminal, lo que minimizará la congestión.

Sostenibilidad

El sector de los viajes y el turismo se enfrenta a desafíos de sostenibilidad como la masificación de los destinos, la desigualdad salarial y la variabilidad del clima provocada por el ser humano. En concreto, en los últimos años se ha prestado mucha más atención a la cuestión climática. En 2019, el tráfico aéreo representaba un 2 % de todas las emisiones de dióxido de carbono antropogénicas,¹⁷ y movimientos sociales como “vergüenza de volar” (*flygskam*, de origen sueco) habían atraído una gran atención con una intensidad y rapidez sin precedentes. Esperamos que se cree un marco jurídico más específico y estricto con relación a estos y otros temas que podrían tener una incidencia negativa en el volumen de viajes a corto plazo. El sector necesita responder con información fiable y acciones.

Sin embargo, en lo relativo a la aviación, el sector está decidido a crecer de manera sostenible, comprometiéndose a alcanzar cero emisiones netas de carbono antes de 2050¹⁸ y trabajar conjuntamente para lograr los compromisos acordados en la 26.ª Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (“COP26”).¹⁹ Por ello, muchas aerolíneas han adoptado un

papel activo a la hora de abordar esta cuestión mediante distintas iniciativas. Por ejemplo, EasyJet compensa el 100 % de sus emisiones mediante el apoyo a proyectos que protegen de la deforestación, plantan árboles o impulsan la adopción de energías renovables.²⁰ Asimismo, Delta,²¹ Lufthansa²² e IAG,²³ e incluso aeropuertos como Gatwick,²⁴ están adquiriendo combustibles alternativos sostenibles para la aviación para reducir las emisiones de carbono de los vuelos. Otras empresas van incluso un paso más allá: JetBlue²⁵ y Alaska Airlines²⁶ están empleando sus fondos de capital riesgo en *start-ups* de viajes sostenibles, mientras que otras empresas, como Lufthansa, están desarrollando soluciones propias, como plataformas de compensación.²⁷

En su camino hacia un sector más sostenible, la tecnología ofrecida por empresas de soluciones tecnológicas puede contribuir a un uso más eficiente de las infraestructuras y la energía, así como a la reducción de las emisiones de carbono. En Amadeus, podemos contribuir principalmente de dos formas. En primer lugar, tenemos un acuerdo con la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI) de la ONU para utilizar su calculadora de emisiones de carbono en nuestras plataformas de distribución. Concienciar a los millones de viajeros que pasan por nuestras plataformas sobre las emisiones liberadas a consecuencia de sus viajes les ayuda a tomar decisiones informadas a la hora de comprar un viaje. De este modo, pueden tener en cuenta la sostenibilidad y, en última instancia, facilitar las medidas de mitigación, como la compensación del carbono. En segundo lugar, desarrollamos soluciones tecnológicas que mejoran la eficiencia operativa y medioambiental de nuestros clientes. Por ejemplo, mediante el uso de grandes volúmenes de datos

¹⁶ Airport Research Center (ARC) (2020). “Study: Impact Assessment of COVID-19 Measures on Airport Operations and Capacity”.

¹⁷ Air Transport Action Group (ATAG) (septiembre de 2020). “Facts & Figures”.

¹⁸ Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) (4 de octubre de 2021). “Net-Zero Carbon Emissions by 2050”, nota de prensa n.º 66.

¹⁹ Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) (12 de noviembre de 2021). “International Aviation Climate Ambition Reflects Airlines’ Net-Zero Goal”.

²⁰ EasyJet (2021). “Leading the Industry on Sustainable Travel”.

²¹ Austin Tannenbaum (1 de octubre de 2021). “Delta Purchases More than \$1 Billion Worth of Sustainable Aviation Fuel”, Environment + Energy Leader.

²² Grupo Lufthansa (4 de octubre de 2021). “From Test Tube to Barrel—Lufthansa Invests in First Industrially Produced Carbon-Neutral, Electricity-Based Kerosene Made in Germany”.

²³ Laura Sanicola (10 de noviembre de 2021). “Southwest, IAG Agree to Buy Sustainable Aviation Fuel Made from Wood Waste”, Reuters.

²⁴ Future Travel Experience (octubre de 2021). “Gatwick Airport to Use Sustainable Aviation Fuel for EasyJet Flights”.

²⁵ Aviation Pros (23 de abril de 2021). “JetBlue Technology Ventures Invests in Universal Hydrogen to Support the Airline’s Ambitious Sustainability Strategy”.

²⁶ Aria Alamalhodaei (18 de octubre de 2021). “Alaska Airlines Launches New Venture Arm, with First Investment in UP.Partners’ \$230M Fund”.

²⁷ Linda Fox (7 de julio de 2021). “Lufthansa Unveils Travel Sustainability Marketplace Squake”, PhocusWire.

y algoritmos sofisticados, nuestro módulo Departure Control Flight Management ayuda a las aerolíneas a, entre otros aspectos, optimizar el ajuste de combustible de la aeronave, lo que reduce el consumo de combustible y las emisiones liberadas.↪

La tecnología, clave para la evolución del sector de los viajes

La evolución y el crecimiento del sector de los viajes dependen en gran medida de la tecnología.

Para que un proveedor de viajes tenga éxito en el mundo actual, debe prestar gran atención no solo a la rentabilidad, sino también a la maximización de los ingresos, así como a la fidelización del cliente y a su marca. En este contexto, la tecnología también desempeña un papel importante en la mejora de una amplia variedad de operaciones básicas para los proveedores de viajes. Amadeus cuenta con soluciones tecnológicas para una amplia variedad de proveedores de viajes, como aerolíneas, hoteles y aeropuertos.↪

El ecosistema de los viajes lo conforman una multitud de proveedores —como aerolíneas, hoteles, compañías ferroviarias, agencias de alquiler de coches o proveedores de servicios en destino—, además de innumerables vendedores de viajes. La tecnología permite que el ecosistema cobre vida al conectar entre sí a todos estos grupos de interés del sector de los viajes, y permite a los viajeros buscar y reservar el viaje que mejor se ajuste a sus necesidades, lo que puede suponer diversos servicios (p. ej., vuelo, hotel y coche). Amadeus desempeña un papel importante para dar aliento a este ecosistema a través de nuestra área de negocio Distribution, que conecta a proveedores de viajes con distribuidores de viajes de todo el mundo.↪

La nube

La nube supone un cambio tecnológico disruptivo. Gracias al desarrollo y la evolución que ha experimentado recientemente esta tecnología, la nube pública brinda hoy día niveles y estándares de servicio comparables o incluso mejores que los que ofrece Amadeus mediante infraestructura propia.

↪ Para más información, consulte "Propuesta de valor de sostenibilidad ambiental", pág. 96.

↪ Para más información, consulte "Soluciones tecnológicas aéreas", pág. 37.

↪ Para más información, consulte "Distribución aérea", pág. 27.

Además, la nube pública es la tecnología óptima para lograr nuestra visión de una plataforma de viajes abierta e integral. Por todo ello, hemos decidido acelerar el salto de nuestros sistemas y servicios a la nube pública y, a tal efecto, hemos forjado una alianza estratégica con Microsoft.

Dar el salto a la nube comporta distintos beneficios para Amadeus. Desde un punto de vista tecnológico:

- ▶ Mejoraremos todavía más nuestra resiliencia.
- ▶ Impulsaremos la innovación y crearemos nuevas oportunidades de negocio.
- ▶ Ofreceremos asistencia global con proximidad local a nuestros clientes.
- ▶ Aceleraremos la prestación de servicios y tecnología.

Asimismo, también comporta beneficios desde un punto de vista empresarial:

- ▶ Al asociarnos con un proveedor de servicios en la nube, emergerán nuevas oportunidades de negocio que contribuirán a que Amadeus inicie una nueva fase de crecimiento.
- ▶ Podremos aumentar la flexibilidad y ampliar o reducir la capacidad operativa para ajustarnos a unas condiciones concretas de demanda o del mercado.
- ▶ Podremos aprovechar la innovación y las economías de escala de los proveedores de la nube pública y establecer estructuras de costes más flexibles y competitivas, al tiempo que mejoramos nuestra capacidad para atender las demandas de los clientes en continuo cambio.

Nuestros clientes también obtendrán varios beneficios:

- ▶ Mejor rendimiento y menor latencia cuando podamos procesar sus datos más cerca de su ubicación.
- ▶ Flexibilidad para gestionar mejor los picos de tráfico no previstos.
- ▶ Mejor resiliencia gracias a una mayor continuidad empresarial y una disponibilidad más elevada, además de poder ofrecer mejores capacidades de recuperación en caso de catástrofe.
- ▶ Mayor innovación gracias a la continua integración y desarrollo de nuevas tecnologías.

- ▶ Estándares de seguridad más elevados gracias a controles de seguridad más exhaustivos y a la funcionalidad disponible en la nube.

Nuestra alianza con Microsoft no se limita a acelerar el salto a la nube. También suscitará una nueva fase de innovaciones en el sector de los viajes. El objetivo es sacar el máximo partido a las posibilidades que ofrece la tecnología de la nube y trabajar junto a Microsoft y todo el sector para transformar los viajes.↪

Tecnologías recientes y emergentes que pueden mejorar la experiencia de viaje

Las molestias e inconvenientes que, en ocasiones, acarrea viajar pueden ser un impedimento significativo para la evolución del sector. Sin embargo, las tecnologías recientes y emergentes podrían ayudar a todos los actores a ofrecer una experiencia exenta de inconvenientes, ya sea evitando que los viajeros los sufran directamente (p. ej., permitir la facturación de un vuelo en el hotel o eliminar la necesidad de presentar una identificación física) o indirectamente (p. ej., reducir el impacto de las alteraciones de los servicios). Con los inconvenientes agravados por la crisis de la COVID-19, la pandemia acelerará el uso de estas tecnologías.

Algunas de las tecnologías clave en este terreno son la identidad digital, la biometría y la inteligencia artificial (IA).

Identidad digital y biometría

La identidad digital del viajero está conformada por un conjunto de datos o atributos personales muy variables y contextualizados. Puede consistir, sencillamente, en el número de pasaporte y la información asociada al mismo, pero también en datos médicos o biométricos, y está vinculada a un viaje específico o a un número de reserva. La consecuencia más importante que conlleva la identidad digital del viajero es quizás el viaje sin contacto, una tendencia impulsada por la pandemia que tiene el potencial de transformar radicalmente la forma de viajar y de contribuir a una experiencia de viaje muy superior.

Las tecnologías sin contacto pueden aplicarse incluso antes de que los pasajeros lleguen a la terminal del aeropuerto. Ahora los pasajeros pueden realizar la facturación desde su casa, el hotel o el lugar de trabajo. Y mientras se mantenga el

distanciamiento social, la “facturación fuera del aeropuerto” será fundamental para que el tráfico de pasajeros sea fluido en la terminal. Hoy contamos con tecnología gracias a la cual un pasajero, mediante su identidad digital de viajero, puede pasar un reconocimiento facial y acceder a la puerta de embarque y la sala de espera sin necesidad de interactuar con ninguna interfaz física ni presentar su documentación.

El concepto sin contacto puede aplicarse incluso al llegar al destino. Es probable que los alojamientos, hoteles y atracciones como museos y parques temáticos adopten soluciones de contacto mínimo. El sector de la hostelería ya está explorando y poniendo en práctica registros digitales de entrada y salida, llaves digitales para las habitaciones y aplicaciones para controlar las experiencias en los establecimientos y fuera de ellos.

En Amadeus, ofrecemos soluciones sin contacto para todos los puntos de interacción en el aeropuerto: desde la facturación hasta el depósito del equipaje, la verificación del pasajero y el embarque.

Inteligencia artificial

La inteligencia artificial (IA) tiene el potencial de aplicarse en todas las fases del itinerario. En Amadeus, contamos con equipos de investigación integrados por especialistas en IA y científicos de datos que implementan todas estas posibles aplicaciones prácticas.

Al pensar los viajes del futuro, teniendo en cuenta específicamente la incertidumbre y la complejidad de opciones que afectan a los viajeros, la IA puede utilizarse para mejorar las recomendaciones basándose en una minuciosa comprensión de las necesidades y requisitos de los viajeros. Por ejemplo, nuestra gama de productos Amadeus Master Pricer y Flex Pricer²⁸ aplica IA en las búsquedas de vuelos para ofrecer los resultados más relevantes a los viajeros.

Para maximizar los ingresos totales de las ventas de billetes, las aerolíneas deben determinar el precio óptimo para todos los itinerarios de vuelos posibles y todas las fechas de salida futuras con un año de antelación. Se trata de un problema de optimización muy complejo que las aerolíneas abordan con el uso de sistemas de gestión de ingresos (RMS, por sus siglas en inglés), respaldados por avanzadas metodologías de previsión. La ciencia tras los RMS ha evolucionado radicalmente a

↪ Para más información, consulte “Coinnovación con nuestros socios empresariales”, pág. 73.

²⁸ Soluciones de búsqueda de vuelos de Amadeus para líneas aéreas y agencias de viajes minoristas y online.

lo largo de los años. Hoy en día, con los últimos avances científicos, la IA tiene una enorme influencia en las metodologías de previsión y optimización de RMS. Nuestra labor en este campo ha obtenido varios premios y reconocimientos²⁹ y aparece citada con frecuencia en publicaciones revisadas por especialistas.

Una vez el viajero ha reservado un vuelo, nuestra solución Amadeus Ancillary Dynamic Pricing —otro componente basado en IA— puede recomendar ofertas aún más personalizadas: qué productos ofrecer, (p. ej., equipaje adicional y más espacio para las piernas), a qué viajero y a qué precio.

A fin de optimizar el uso de combustible y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, las aerolíneas y las empresas de servicios de asistencia en tierra tienen que prever el peso total del avión para poder estimar la cantidad precisa de combustible que necesitan. En este sentido, como mejora de nuestra solución *Amadeus Altéa Departure Control – Flight Management*, utilizamos IA para prever la cantidad y el peso del equipaje de los pasajeros basándonos en datos históricos de los pasajeros (p. ej., viajes de ocio/negocios o número de pasajeros que viajan juntos) y de los vuelos (p. ej., día de la semana u origen/destino). Esto redundará en beneficios adicionales, como una reducción de los costes económicos. ↪

En el aeropuerto, un buen rendimiento de los sistemas de autofacturación de equipajes es un factor clave para la eficacia de la terminal de pasajeros. El tamaño y la forma del equipaje determinan si un bulto puede pasar de forma eficiente por la cinta transportadora. Dado que los equipajes pueden tener un sinfín de formas y tamaños, utilizamos IA para determinar si un bulto es adecuado para pasar por las cintas transportadoras estándar, si debe derivarse a las cintas para facturar equipajes con un tamaño especial, o bien si el pasajero debe ajustarlo o retirarlo.

La IA también puede utilizarse para disminuir el impacto de las alteraciones de los servicios durante los viajes. El uso de IA ayudará a gestionar los cambios y las alteraciones de los servicios de forma dinámica. Mediante un apoyo rápido y de alta calidad en la toma de decisiones para reasignar vuelos y pasajeros, la IA puede simplificar las operaciones de las aerolíneas y los servicios de asistencia en tierra, a la vez que mitiga las preocupaciones de los pasajeros.³⁰

²⁹ Por ejemplo, por parte de Airline Group of the International Federation of Operational Research Societies (AGIFORS), una asociación profesional dedicada al avance y la aplicación de investigación operativa en el sector de las aerolíneas.

↪ Para más información, consulte "Propuesta de valor de sostenibilidad ambiental", pág. 96.

Para el sector de la hostelería, un factor fundamental para impulsar las reservas es ofrecer descripciones atractivas de cada establecimiento (p. ej., una ubicación, puntos de interés, servicios e instalaciones, etc.) en varios idiomas. Para ayudar a las agencias de viajes de nuestra cartera de clientes a aumentar las reservas de forma eficiente, utilizamos IA para generar descripciones inteligentes y personalizadas basadas en múltiples fuentes.

El potencial de la IA en el sector de los viajes es inmenso y seguimos invirtiendo en investigación e innovación en este campo.

Amadeus apoya el crecimiento del sector de los viajes con importantes inversiones en tecnología y, en 2021, hemos invertido 786,5 millones de euros en I+D. Seguimos siendo líderes en inversión en I+D en el sector de los viajes y somos el cuarto mayor inversor en I+D del sector del *software* en Europa.³¹

Perfil de Amadeus



En el centro del viaje

Viajar satisface nuestra necesidad de explorar el mundo: descubrir nuevos lugares, conocer a personas nuevas y estar cerca de lo que nos importa. También impulsa las economías, enriquece culturas y crea conexiones entre las sociedades. El sector de los viajes es dinámico, potente y de rápida evolución. Asimismo, constituye uno de los sectores de negocios más grandes del mundo.

La tecnología siempre ha sido esencial para el desarrollo de este sector en todo el mundo. Los viajeros de hoy en día esperan estar conectados permanentemente. Los dispositivos móviles, la inteligencia artificial y el análisis de datos ofrecen más ideas, opciones y control sobre sus itinerarios a viajeros en busca de experiencias a su medida. Para mantenerse al día con estos cambios, el sector debe continuar innovando de una forma sostenible y responsable.

³⁰ Nuestra solución en este ámbito es Amadeus Schedule Recovery.

³¹ Centro Común de Investigación (Comisión Europea) (diciembre de 2021). "The 2021 EU Industrial R&D Investment Scoreboard".

Amadeus tiende un puente entre los viajes y la tecnología. Trabajamos en cuerpo y alma para mejorar la tecnología que permitirá viajes más atractivos. Con este propósito, conectamos a los viajeros con los viajes que desean e impulsamos las soluciones que mantienen este sector en constante movimiento.

Quiénes somos

Amadeus es una empresa tecnológica dedicada al sector de los viajes. La sede central de Amadeus se encuentra en Madrid. Contamos con un equipo verdaderamente internacional compuesto por 16.000 profesionales que prestan servicio a clientes en más de 190 países. Hemos tejido una red comercial y operativa a escala internacional que es crucial para nuestra propuesta de valor. Nuestro compromiso es contribuir a que los viajes incidan positivamente en las comunidades de todo el mundo.

Operamos con un modelo basado en transacciones y vinculado a los volúmenes de viajes. Nuestra empresa cotiza en bolsa y formamos parte del índice español IBEX 35, que engloba a las empresas más grandes y con mayor liquidez del mercado de valores español.

Amadeus en el centro del viaje



Qué hacemos

Amadeus ofrece soluciones tecnológicas de vanguardia que contribuyen al éxito de los distintos grupos de interés en el sector de los viajes. Ofrecemos conectividad y hacemos de los viajes personalizados una realidad.

Cada año invertimos cientos de millones de euros en investigación y desarrollo. ↪ Diseñamos soluciones a partir de las necesidades de nuestros clientes y de lo que, a su vez, demandan sus clientes, es decir, los viajeros. Nuestras soluciones ayudan a ofrecer un mejor servicio a los viajeros, abarcando todas las etapas de la experiencia del viaje, desde que nace el deseo hasta la compra, la reserva, el propio viaje y la fase posterior al mismo.

↪ Para más información, consulte "Resultados de la empresa", pág. 10.

Ayudamos a los proveedores de viajes a crear paquetes y a ofrecer su contenido a través de canales tanto directos como indirectos (de agencias de viajes). Nuestras soluciones de gestión de clientes les ayudan a gestionar y mejorar la experiencia de sus clientes, desde el primer contacto hasta el final del servicio y más allá.

Para las aerolíneas, por ejemplo, esto supone una mejora de su capacidad de procesamiento de pasajeros. Hemos desarrollado soluciones para lograr que cada vuelo despegue a su hora, cada maleta esté localizada y cualquier alteración de los servicios se aborde con la mayor eficacia posible. ↪

Para las empresas, esto se traduce en que su personal dispone de soluciones mejoradas para la autorreserva y el deber de asistencia. ↪ Ofrecemos soluciones concebidas para automatizar procesos y gestionar sin inconvenientes todas las tareas esenciales tanto de *mid-office* como de *back-office*. De este modo, los responsables de viajes y finanzas de las empresas consiguen un mayor control de todos los programas de viajes. Las herramientas financieras y contables que hemos creado también pueden ayudar a nuestros clientes a gestionar la información de viajes y a tomar decisiones estratégicas sobre viajes.

Proporcionamos, asimismo, soluciones para ayudar al sector de la hostelería a gestionar los establecimientos y los recursos de forma más eficiente. Nuestra tecnología y conocimientos ayudan a nuestros clientes a desarrollar contenidos y promociones a medida con el fin de mejorar la experiencia de los huéspedes. También ayudamos a optimizar esa experiencia con el fin de aumentar la fidelización de los huéspedes. Ofrecemos soluciones analíticas y de inteligencia pensadas para ayudar a anticipar tendencias, adaptarse a los cambios del mercado y llevar un seguimiento de los resultados. Todo ello redundando en que los viajeros disfrutan de algo más que una gran experiencia de viaje: el suyo es un viaje diseñado para satisfacer sus preferencias, necesidades y expectativas particulares. ↪

Contamos, además, con servicios de asesoramiento líderes en el sector que asisten a los negocios de viajes en sus procesos de mejora.

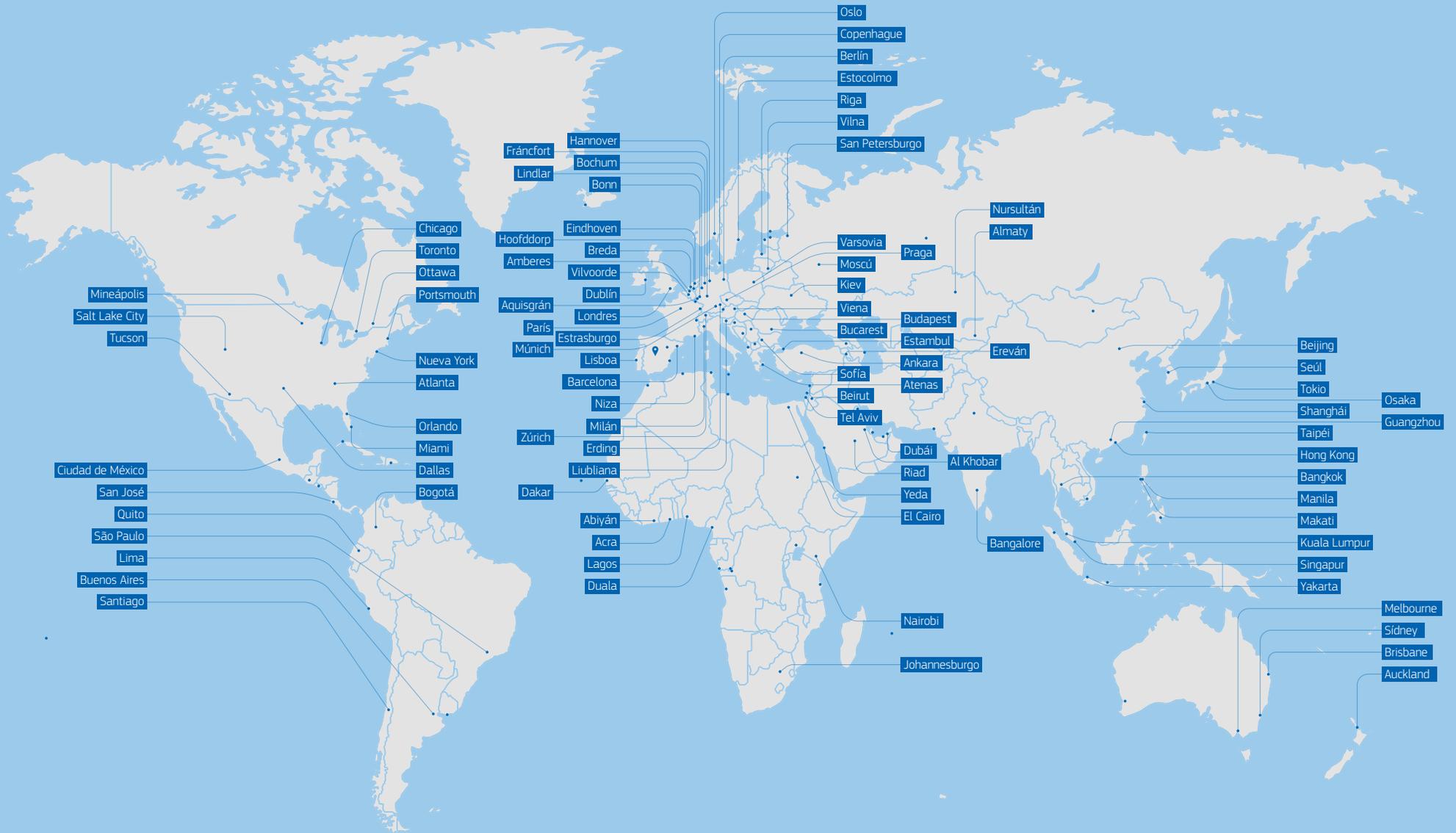
↪ Para más información, consulte "Amadeus Operations Suite", pág. 39.

↪ Para más información, consulte "Corporaciones", pág. 31.

↪ Para más información, consulte "Hostelería", pág. 49.



Presencia de Amadeus en el mundo



+100
oficinas en
todo el mundo

+190
mercados

Sede principal Madrid 

Las ubicaciones marcadas solo con un punto en el mapa representan sedes de menor tamaño de Amadeus, sucursales, sociedades no plenamente participadas por Amadeus y distribuidores.

Clientes a los que prestamos servicio

Creamos soluciones tecnológicas dirigidas a los distintos miembros del ecosistema mundial de los viajes: aerolíneas, aeropuertos, hoteles, compañías ferroviarias, motores de búsqueda, agencias de viajes, turoperadores y otros integrantes del sector. Les ayudamos en su actividad para que ofrezcan las mejores experiencias de viaje en todo el mundo. Y no cesamos de innovar, sacando nuevos productos y servicios al mercado lo más rápido posible para poder cumplir con las expectativas de los clientes y responder a los desafíos del sector.

Amadeus es el centro de cada viaje, conectando a proveedores de viajes, compradores y vendedores.

De dónde venimos: nuestra historia y principales hitos

Amadeus fue fundado en 1987 por cuatro aerolíneas: Air France, Iberia, Lufthansa y SAS. Desde nuestros orígenes dedicados a la distribución de aerolíneas y, más tarde, a las soluciones tecnológicas, hemos ido ampliando nuestra capacidad para prestar servicio a clientes de todo el sector de los viajes. Tres décadas después, Amadeus es uno de los mayores proveedores de tecnología del mundo para el sector de los viajes y el turismo.

Con el paso de los años hemos ampliado nuestro alcance, lanzando nuestra línea de negocio de soluciones tecnológicas para aerolíneas, Airline IT, en el año 2000 y

complementándola con la adquisición de Navitaire en 2016 con el fin de ampliar nuestra cartera para aerolíneas de bajo coste.

Dimos el salto al sector de las soluciones tecnológicas para hoteles con las adquisiciones de Newmarket en 2014 y TravelClick en 2018, que confirmaron nuestro firme compromiso con el sector de la hostelería, al ampliar nuestra cartera de productos, nuestro *know-how* y nuestra presencia a escala mundial. En un mercado sumamente fragmentado, Amadeus cuenta hoy con el equipo humano y la tecnología necesarios para que los hoteleros puedan proporcionar a sus huéspedes una experiencia excelente.

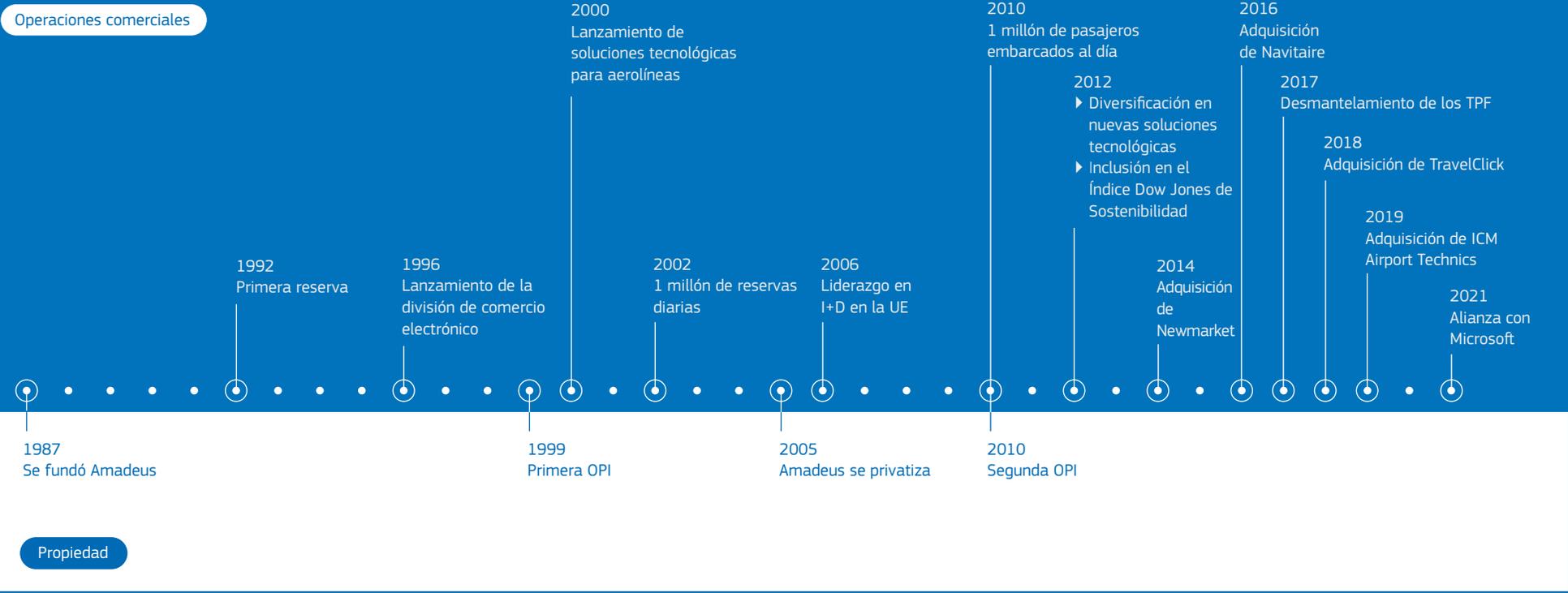
Hemos ampliado también nuestra cartera para incluir el *merchandising*, la gestión de ingresos, la inteligencia de viajes y la gestión de gastos y viajes, aprovechando para nuestros clientes el potencial de la computación en la nube, las aplicaciones móviles y los macrodatos o *big data*.

También hemos diversificado nuestras operaciones en otros negocios vinculados al sector de los viajes, como las soluciones tecnológicas para aeropuertos y los pagos, y nuestros equipos de innovación están explorando nuevas oportunidades. De hecho, a lo largo de nuestra historia, la inversión en investigación y desarrollo ha estado íntimamente asociada a la cultura de nuestra empresa.

I Nuestros clientes



Nuestra historia y principales hitos



Hacia dónde nos dirigimos

Los viajeros de hoy día buscan formas más personalizadas de viajar. Desean vivir experiencias únicas. También esperan que sus viajes sean una experiencia unificada y fluida, desde que se empieza a planear adónde ir, hasta que se llega al destino y al regresar a casa. En Amadeus creemos que este deseo de conectividad seguirá en auge, extendiéndose a todos los medios de transporte, experiencias y dispositivos. Y los viajeros querrán también que sus proveedores de viajes incidan positivamente en la sociedad y en el medioambiente, tanto a escala local como mundial.

Estamos invirtiendo en estas oportunidades y explorando nuevos modelos que impulsarán nuestro propio crecimiento y el de nuestros clientes, experimentando con tecnologías que harán que los viajes sean más gratificantes para todos. Estamos trabajando con mayor agilidad, racionalizando los procesos y creando nuevas y mejores formas de colaboración. Utilizamos para ello nuevas estructuras y sistemas para catalizar la cooperación entre equipos, funciones y territorios —tanto dentro de Amadeus como con nuestros clientes—.

I Reconocimientos y premios

Nuestros compromisos son invertir en innovación y colaboración, promover prácticas comerciales sostenibles, impulsar el avance del sector de los viajes y contribuir a la sociedad. En 2021, renombradas organizaciones de todo el mundo reconocieron nuestros esfuerzos y logros en estas áreas.

 <p>DJSI Índices europeo y mundial</p>	 <p>Mejor empresa empleadora de Europa Top Employer Institute</p>	 <p>Empresa de tecnología de los viajes más innovadora Global Brands Magazine</p>
 <p>Mejor proveedor de tecnología Irish Travel Trade Network</p>	 <p>Diversity Leader Financial Times</p>	 <p>Mejor proveedor de tecnología Globe Travel Awards</p>
 <p>Empresa de tecnología de los viajes más admirada de Europa The Beat Readers' Choice Awards</p>	 <p>CDP CDP mide la extensión de las prácticas medioambientales. Amadeus recibió una calificación de B en la última edición (las calificaciones van de A a D-).</p>	 <p>FTSE4Good El índice FTSE4Good mide el rendimiento de la gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno (ESG). Amadeus está incluido en FTSE4Good con una puntuación de 3,7 (máx. 5) y un rango de percentil de 79.</p>

Comité Ejecutivo de Dirección de Amadeus



Wolfgang Krips
Senior Vice President,
Corporate Strategy

Francisco Pérez-Lozao
Senior Vice President,
Hospitality

Jackson Pek
Senior Vice President,
General Counsel

Sabine Hansen Peck
Senior Vice President,
People, Culture,
Communications & Brand

Luis Maroto
Consejero Delegado

Till Streichert
Chief Financial Officer

Christophe Bousquet
Chief Technology Officer,
Senior Vice President,
Airlines R&D

Decius Valmorbida
Senior Vice President,
Travel Unit

El Sr. Tomás López Fernebrand, Senior Vice President, General Counsel and Corporate Secretary, dejó la compañía a finales de 2021.

Reconstrucción del sector de los viajes

Con el futuro de nuestro sector en juego, necesitamos reforzar el espíritu de colaboración y reinventarnos con empeño para reconstruir el sector de los viajes y lograr que sea más resiliente. Amadeus ha asumido el compromiso de colaborar con los socios del sector para diseñar experiencias de viaje más seguras que inspiren confianza y permitan recuperar la demanda. El desafío al que se enfrenta actualmente el sector es compartido por todos y, por lo tanto, exige una respuesta colectiva.

Como punto de partida, presentamos tres cuestiones que podrían constituir una base para el proceso de reconstrucción del sector de los viajes.

La confianza del viajero es la clave

Sabemos que muchas personas quieren viajar, pero la auténtica pregunta es: ¿cuándo tendrán suficiente confianza para explorar nuevos horizontes? Una encuesta realizada por Amadeus a 9.074 consumidores en nueve mercados y publicada en octubre muestra que existe un intenso deseo de viajar: un 77 % de los viajeros quiere viajar el año que viene.

A su vez, también revela que una mayor transparencia en las restricciones y las directrices será clave para lograr una mayor confianza entre los viajeros. Más de un tercio (35 %) de los viajeros afirmó que las actuales directrices internacionales sobre destinos y formas de viajar resultan confusas, lo que hace menos probable que reserven viajes de negocios o de placer.

Recobrar la confianza del viajero de forma rápida y continuada será clave para impulsar la recuperación del sector. Entender las nuevas expectativas de los viajeros y adaptarse a sus necesidades y percepciones en continuo cambio sobre cuestiones como la limpieza, la higienización y la distancia social será fundamental para revitalizar el sector de los viajes.

Algunas ideas para recuperar la confianza de los viajeros e incrementar la demanda son: ofrecer mayor flexibilidad en los viajes y abordar desde el principio los temores frente a las penalizaciones económicas y las alteraciones de los servicios; crear paquetes de viajes más seguros que respondan a las necesidades

y expectativas de los viajeros; y demostrar la recuperación de la actividad para que la gente sepa qué puede esperar y tenga plena confianza en que viajará de forma segura y sin contratiempos.

Por esta razón, Amadeus ha desarrollado Safe Travel Ecosystem, un programa global diseñado para que el sector supere algunos de los desafíos mencionados proporcionando la tecnología requerida y fomentando la colaboración necesaria en el sector para acelerar la recuperación. La personalización seguirá siendo tendencia, pero la seguridad, la higienización y las actitudes personales frente al riesgo determinarán el comportamiento de los viajeros más que nunca. [↪](#)

La tecnología y la innovación son cruciales para impulsar el crecimiento

Nunca habíamos tenido que adaptarnos con semejante rapidez en un entorno sometido a cambios tan drásticos, pero tampoco antes habíamos estado tan preparados para abordar los desafíos con tanta determinación. Con acceso a tecnología flexible, adaptable y preparada para la nube, las empresas de viajes pueden desplegar nuevos servicios rápidamente sin invertir en la lenta reconfiguración de sistemas heredados. El sector puede apoyarse en la inteligencia artificial basada en datos, la biometría y la tecnología sin contacto para cubrir las necesidades de los viajeros con una elevada velocidad operativa y disponibilidad comercial.

Cuando se preguntó a los participantes de nuestra encuesta qué tecnología mejoraría la confianza en los viajes en los próximos 12 meses, sus respuestas indicaron que las soluciones móviles continúan siendo las más populares. Algunas de las tecnologías preferidas fueron las siguientes:

- ▶ Aplicaciones móviles que proporcionan notificaciones y alertas durante el viaje (44 %).
- ▶ Sistemas de autofacturación (41 %).
- ▶ Pagos sin contacto a través de móvil (p. ej., Apple o Google Pay, PayPal, Venmo) (41 %).
- ▶ Políticas de cancelación automatizadas y flexibles (40 %).

[↪ Para más información, consulte "Crisis sanitarias", pág. 12.](#)

En Amadeus, contamos con una amplia gama de soluciones tecnológicas innovadoras que nos permiten pensar de forma creativa. Por ejemplo, hemos añadido nuevas capacidades a Amadeus Traveler ID, una plataforma segura para proveedores de viajes que conecta, digitaliza y automatiza la identificación del viajero y la validación de documentos a lo largo de todo el itinerario, de conformidad con las disposiciones reglamentarias. Esta plataforma conecta los puntos de interacción de certificación sanitaria de forma integral, incorpora varios grupos de interés implicados en el proceso y proporciona una forma segura y fluida de que los pasajeros presenten su documentación sanitaria necesaria para viajar.

Amadeus está integrando Traveler ID en varios agregadores de información sanitaria, como Digital Health Pass de IBM, CommonPass e ICC AOKpass, para que los viajeros puedan recuperar los registros digitales a través del proveedor de su elección, sin salir de la aplicación o el sitio web de la aerolínea.

Las aerolíneas y los aeropuertos pueden integrar nuestra solución Traveler ID directamente en sus propios canales digitales. Funciona de forma nativa en sus sistemas informáticos, lo que significa que no es necesario redirigir a los viajeros a aplicaciones de terceros desconocidas para verificar su documentación sanitaria. El pasajero puede utilizar esta solución tanto antes de viajar como en el aeropuerto, al facturar en mostradores de la aerolínea, en terminales de autoservicio o en mostradores de autofacturación. Esta nueva capacidad, que es genérica para cualquier sistema de gestión de pasajeros, puede integrarse fácilmente en los sistemas de las aerolíneas como una opción independiente, sin necesidad de contratar toda la plataforma Traveler ID.

Necesitamos colaboraciones entre las esferas pública y privada a escala global

Según nuestra encuesta citada en la página anterior, un 93 % de los viajeros estarían dispuestos a facilitar sus datos personales para hacer un uso eficaz de pasaportes o certificados sanitarios digitales. Casi la mitad (48 %) de los viajeros de negocios estarían dispuestos a facilitar información sanitaria para acudir a una conferencia o un evento. Mientras que, en el caso de los viajes de placer, un 36 % aceptaría hacerlo para realizar una excursión o una actividad en el lugar de destino.

Partiendo de lo anterior, algunas de las cuestiones que deben debatirse son, por ejemplo: ¿cómo podemos encontrar un equilibrio entre la privacidad y la necesidad

de acceso a datos e información? ¿Cómo pueden los certificados sanitarios e inmunitarios y los procedimientos estandarizados de realización de test y rastreo de contactos facilitar los viajes y reabrir los destinos?

También debemos atender cuestiones como la forma de lograr que la recuperación de los viajes y el turismo comporte un impacto positivo a nivel social, medioambiental y económico en todos los destinos turísticos. Y cómo podemos usar esta oportunidad para reconstruir el sector de los viajes para que sea mejor que antes.

Ninguno de estos asuntos puede ni debe abordarse de forma unilateral. La renovación del sector de los viajes exige una amplia colaboración entre gobiernos, empresas de viajes, emprendedores y autoridades públicas. Es hora de que las mentes más creativas del mundo resuelvan cómo podemos trabajar juntos para reactivar los viajes. Si queremos reconstruir el sector de los viajes para que sea más resiliente y beneficie a todos los sectores de la sociedad, todos los grupos de interés deben sentarse a la mesa y estar dispuestos a colaborar.