

amadeus

Informe Global 2023

Capítulo
01

Perfil de Amadeus y resultados de la empresa



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

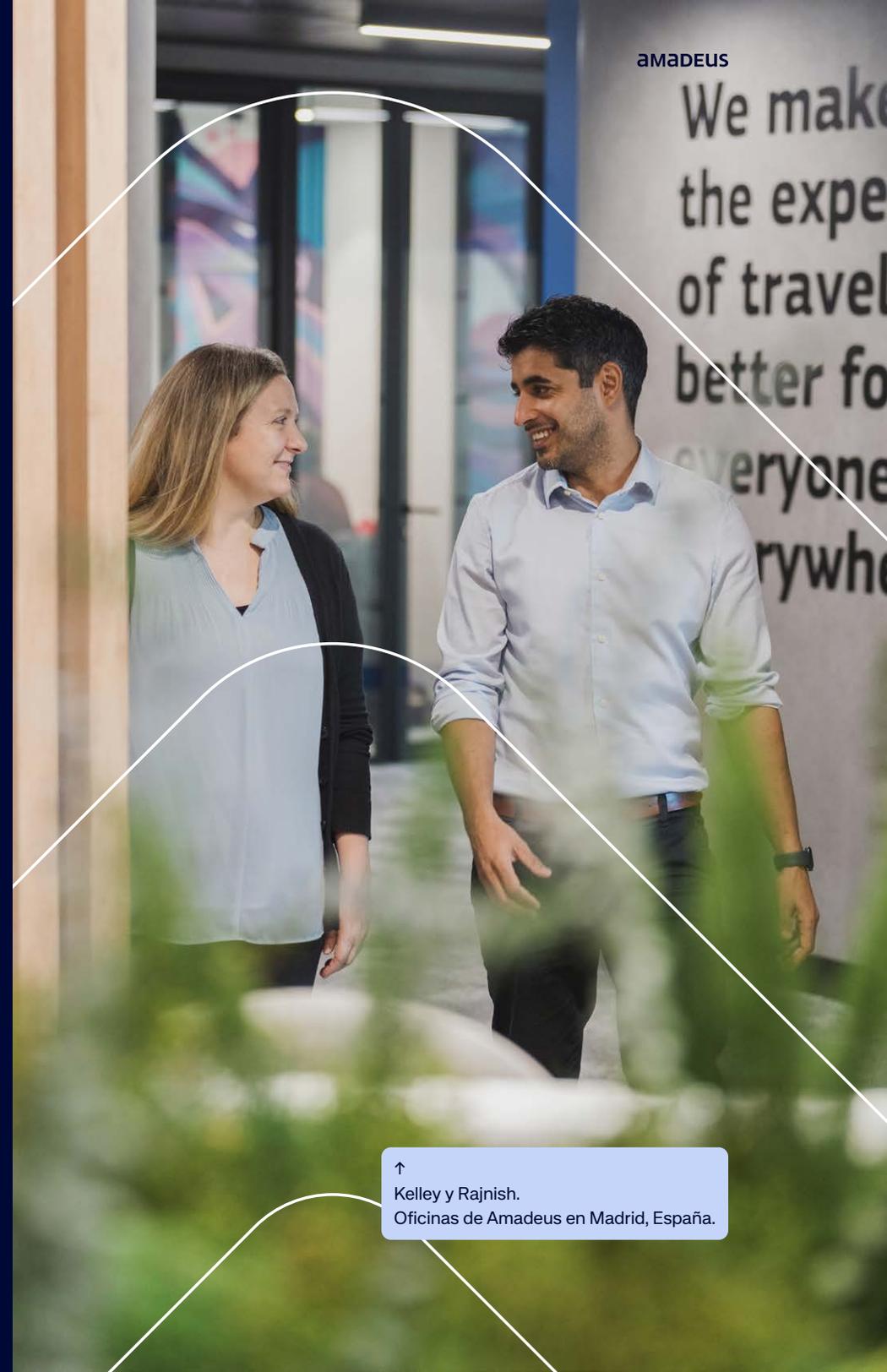
Cumple con el nivel AA de la actual norma europea EN 301 549, las Directrices de Accesibilidad para el Contenido Web (WCAG 2.1) y la norma PDF/UA.

Capítulo
01

Perfil de Amadeus y resultados de la empresa

En este capítulo

- Resultados de la empresa 11
- Resultados y objetivos ESG 13
- Perspectiva para el sector de los viajes 17
- Perfil de Amadeus 26



AMADEUS

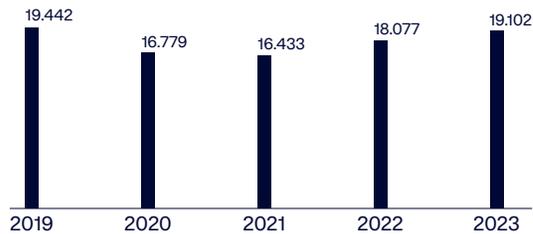
We make
the expe
of travel
better fo
everyone
rywh

↑
Kelley y Rajnish.
Oficinas de Amadeus en Madrid, España.

Resultados de la empresa

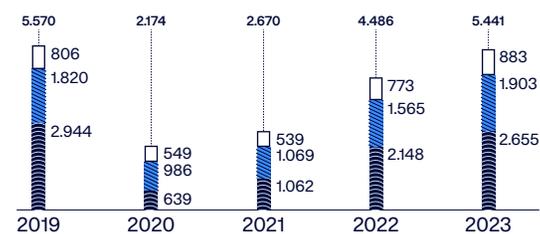


Total de empleados (cifras en FTE)*



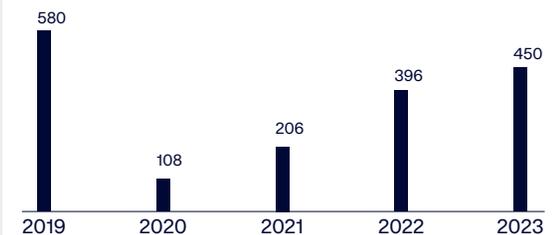
* Alcance: todas las empresas de plena titularidad de Amadeus. Cifras en Equivalentes a Tiempo Completo (FTE) a 31 de diciembre. FTE es el número de empleados convertido a una base de tiempo completo, por ejemplo, un empleado que trabaje a tiempo parcial cubriendo un 80 % de una jornada a tiempo completo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

Desglose de los ingresos (cifras en millones €)



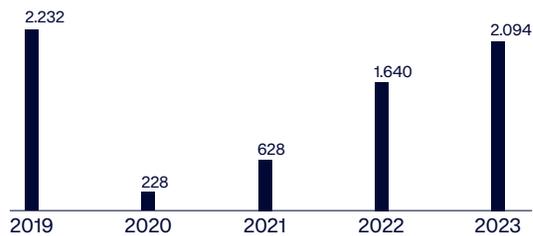
Distribución aérea
 Soluciones tecnológicas para la industria aérea
 Hoteles y soluciones transversales

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

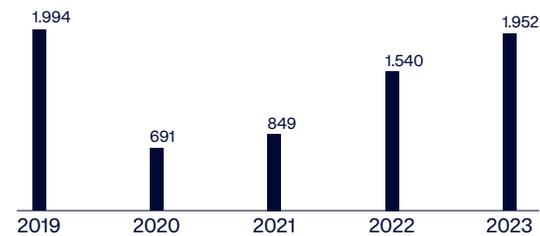


* Reservas procesadas por agencias de viajes que utilizan plataformas de distribución de Amadeus.

EBITDA¹ (cifras en millones €)

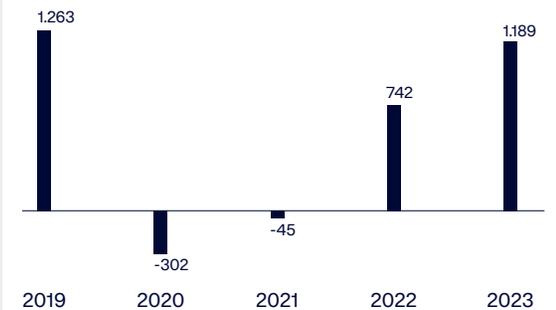


Pasajeros embarcados* (cifras en millones)



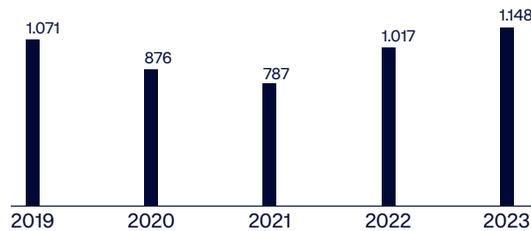
* Pasajeros reales embarcados en vuelos operados por aerolíneas que utilizan al menos los módulos Amadeus Altéa® Reservation e Inventory o Navitaire New Skies®.

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



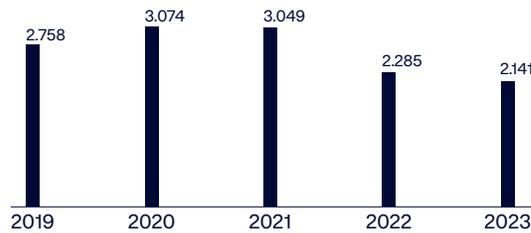
GRI 3-3 (Gestión de I+D)

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



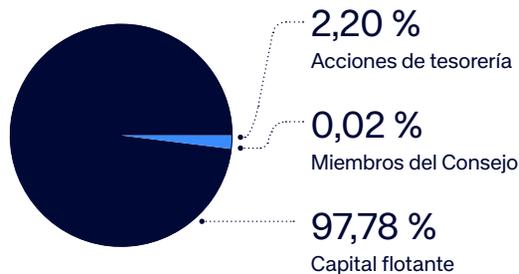
* Inversión bruta en I+D.

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



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

Estructura accionarial de Amadeus



En 2023, Amadeus experimentó un fuerte crecimiento, incrementó su rentabilidad y registró una elevada generación de flujo de caja. Esto nos ha permitido no solo recuperar la retribución ordinaria al accionista, sino también anunciar programas de recompra de acciones que, en total, sumaron más de 1.000 millones de euros en 2023. Nuestros resultados se vieron reforzados por el buen desempeño operativo de todas nuestras líneas de negocio y por un sector de los viajes que no ha dejado de crecer.

Reservas aéreas de agencias de viajes

En 2023, las reservas de Amadeus aumentaron en un 13,6 % con respecto al año anterior. La región con mejores resultados fue Asia-Pacífico, que registró un aumento del 63,7 %, seguida de Europa occidental, que creció un 13,3 %.

Pasajeros embarcados

En 2023, los pasajeros embarcados de Amadeus aumentaron en un 26,8 % con respecto a 2022. La región con mejores resultados en comparación con 2022 fue Asia-Pacífico, que registró un aumento del 55,4 %.

Ingresos

Los ingresos aumentaron un 21,3 % en comparación con 2022. Los ingresos de Air Distribution se incrementaron un 23,6 % con respecto a 2022, hasta 2.655,1 millones de euros. Esta evolución de los ingresos de Air Distribution estuvo motivada por un aumento del 13,6 % en el volumen de reservas con respecto a 2022, así como por el incremento del 8,8 % de los ingresos por reserva en Air Distribution. Los ingresos de Air IT Solutions ascendieron a 1.903,5 millones de euros, lo que representa un incremento del 21,6 % con respecto a 2022. Esta evolución de los ingresos obedeció al aumento de los volúmenes de pasajeros embarcados de las aerolíneas. Los ingresos medios por pasajero embarcado se redujeron un 4,1 % con respecto al año anterior, como se preveía, debido a que varias líneas de ingresos no ligadas a la evolución de los pasajeros embarcados experimentaron un crecimiento notable, pero registraron tasas de crecimiento inferiores a las de los pasajeros embarcados. Los ingresos de Hospitality and Transversal Solutions se incrementaron un 14,2 % con respecto a 2022, hasta alcanzar 882,6 millones de euros. Tanto el área de Hoteles, que genera la mayor parte de los ingresos de esta línea de negocio, como Pagos registraron elevadas tasas de crecimiento con respecto al año anterior.

Inversión en I+D

La inversión bruta en I+D creció un 12,9 % en comparación con 2022. Entre los proyectos más relevantes, destacan las implementaciones de clientes, la evolución y ampliación de nuestra plataforma para aerolíneas, la evolución de nuestra plataforma para el sector de la hostelería, la mejora de nuestras soluciones para corporaciones y vendedores de viajes, además de nuestra alianza con Microsoft, que se ha traducido en la adopción de servicios en la nube y la aplicación de inteligencia artificial y aprendizaje automático en nuestro programa de coinnovación de la cartera de productos.

EBITDA¹ y beneficio ajustado^{1,2}

El EBITDA ascendió a 2.063,2 millones de euros, lo que supone un incremento del 29,8 % con respecto a 2022. La evolución del EBITDA registró un incremento en todas las contribuciones de nuestras líneas de negocio y un incremento del 11,7 % en costes netos indirectos. El margen de EBITDA fue del 37,9 % durante el periodo, 2,5 puntos porcentuales más que el año anterior.

Deuda neta

Los principales cambios en nuestra deuda en 2023 consistieron en la amortización de los bonos en circulación emitidos en enero de 2022 y abril de 2022 por un importe de 750 millones de euros, un crédito sénior sin garantizar de 250 millones de euros concedido por el Banco Europeo de Inversiones cuyas disposiciones ascendían a 150 millones de euros a 31 de diciembre de 2023, y la amortización de 500 millones de euros en bonos emitidos en septiembre de 2018.

1 Cifras de 2023 y 2022 ajustadas para excluir efectos no recurrentes: (1) en 2023, los efectos derivados de la actualización de los análisis de riesgos fiscales, que se tradujeron en un aumento del EBITDA (42,0 millones de euros), del beneficio y el beneficio ajustado (73,6 millones de euros); (2) en el cuarto trimestre de 2023, un pago a un distribuidor por cuenta ajena, que se tradujo en una disminución del EBITDA (10,9 millones), del beneficio y el beneficio ajustado (8,2 millones de euros); y (3) en el segundo trimestre de 2022, una ayuda financiera no reembolsable, que se tradujo en un incremento del EBITDA (51,2 millones de euros), del beneficio y el beneficio ajustado (38,9 millones de euros).

2 Excluido el efecto neto de impuestos de las siguientes partidas: (1) efectos contables derivados de la asignación del precio de adquisición (PPA) y de las pérdidas por deterioro del inmovilizado, (2) ganancias (pérdidas) no operativas por operaciones de cambio de moneda y (3) otros ingresos (gastos) no operativos.

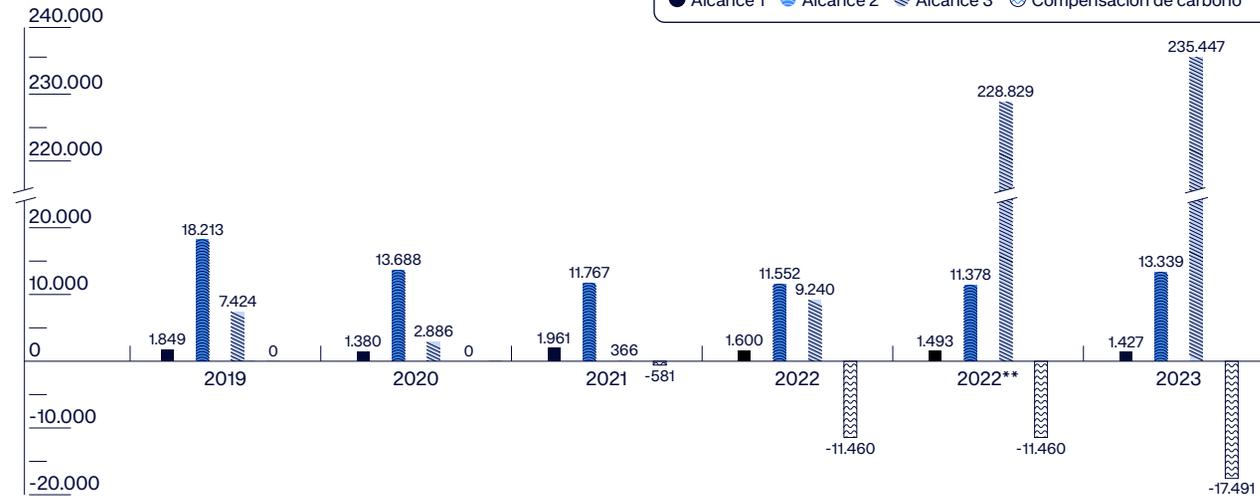
Resultados y objetivos ESG



Fomentamos la sostenibilidad ambiental

➔ Para más información, consulte "Fomentamos la sostenibilidad ambiental", pág. 122.

Emisiones de CO₂ (cifras en t de CO₂)



Objetivos ESG

Emisiones de Alcance 1+2

Neutralidad en carbono en 2025 (incluye compensaciones)

Emisiones de Alcance 1+2+3

Objetivos de reducción de emisiones de carbono a corto plazo y de cero emisiones netas basados en la iniciativa Science Based Targets (SBTI)

Energía renovable

80 % de energía renovable sobre el consumo total de electricidad en 2025

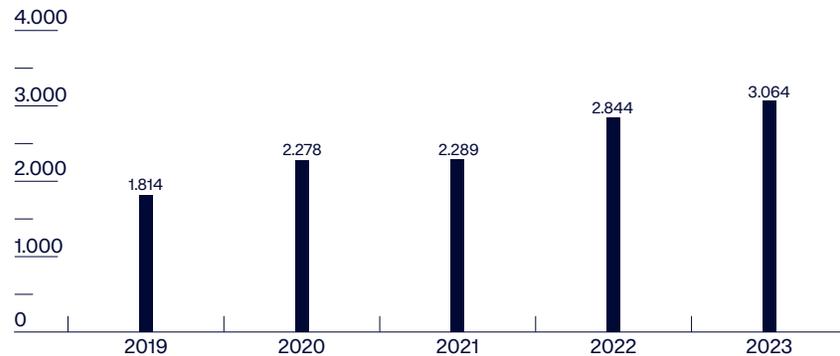
* Hemos utilizado Reducciones Certificadas de Emisiones de proyectos del Mecanismo de Desarrollo Limpio de las Naciones Unidas.

** Las cifras de 2022 se han reformulado de acuerdo con nuestro ejercicio de SBTi. Esto comprende la realización de un inventario completo de las emisiones de Alcance 3, evaluando todas las categorías pertinentes de Alcance 3.

Impulsamos el impacto social

➔ Para más información, consulte "Impulsamos el impacto social", pág. 113.

Inversión en la comunidad (cifras en miles €)*



* Calculada conforme a la metodología B4SI (Business for Societal Impact), que incluye donaciones en efectivo, en especie o en tiempo, así como los costes de gestión.

** La cifra de 2022 excluye una donación excepcional para apoyar los esfuerzos humanitarios en Ucrania.

Objetivos ESG

Accesibilidad digital

Garantizar que las soluciones B2C cumplen con los criterios de auditoría de las Directrices de Accesibilidad para el Contenido Web (WCAG)** 2.1 (el 100 % de las nuevas soluciones B2C en 2025 y el 100 % de las soluciones B2C existentes en 2030) Completar la evaluación sobre accesibilidad digital diseñada desde la base para las soluciones B2B en 2025

Empoderar a start-ups y pymes que promuevan los viajes y el turismo como motor de cambio positivo

Más de 100 start-ups y pymes que generen impacto hasta 2025

** WCAG es un estándar que define cómo crear contenido web más fácilmente accesible para personas con discapacidad.

Inversión en la comunidad

Una cifra superior a 3,2 millones de euros cada año a partir de 2024

Ayudar a las pequeñas empresas de viajes y turismo a prosperar

Más de 3.000 start-ups, emprendedores y pymes beneficiados con los servicios de Amadeus para desarrollar sus negocios desde 2023 hasta 2025 (más de 1.000 al año)

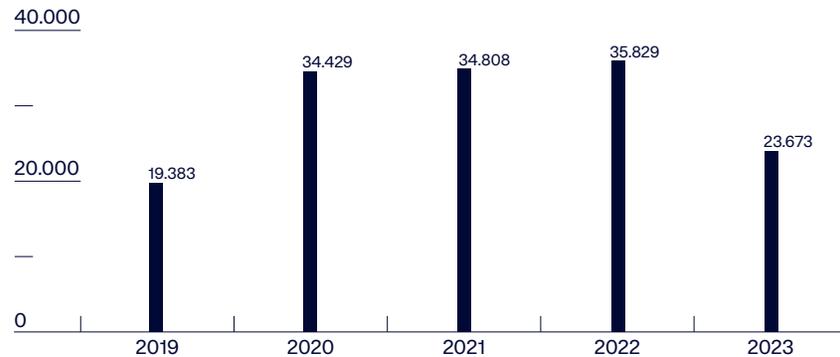
Habilidades digitales de los profesionales de los viajes y el turismo

Más de 180.000 profesionales del sector formados en soluciones de Amadeus desde 2023 hasta 2025 (más de 60.000 personas formadas al año)

Impulsamos el desarrollo del talento

➤ Para más información, consulte "Impulsamos el desarrollo del talento", pág. 104.

Horas de voluntariado corporativo



* En 2023, cambió la metodología para definir las horas de voluntariado corporativo, mejorando el nivel de detalle general de la información.

Objetivos ESG

Horas de voluntariado

Hasta dos días al año remunerados dedicados a voluntariado corporativo en 2025

Formación sobre diversidad, equidad e inclusión (DEI)

Formación sobre DEI completada por al menos un 50 % de *managers* en 2025

Formación en aspectos ESG

Formación en aspectos ESG fundamentales completada por al menos un 25 % de FTE en 2025

Mujeres en cargos de ingeniería

Al menos un 25,5 % de mujeres en cargos de ingeniería en 2025

Mujeres en cargos de dirección

Al menos un 31 % de los cargos de *senior manager* o superiores ocupados por mujeres en 2025

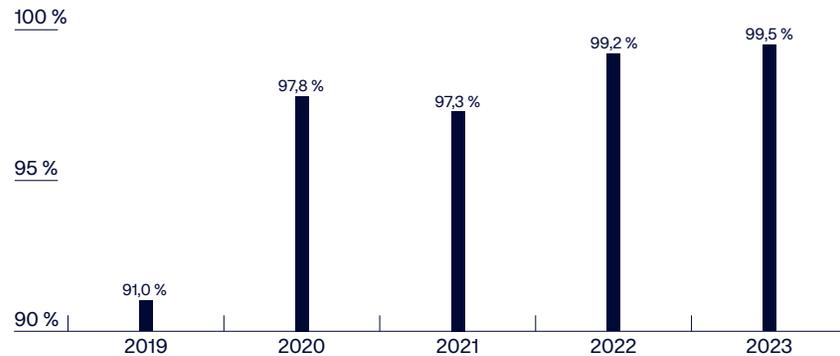
Formación sobre inclusividad para los encargados de selección de personal

100 % de los encargados de selección de personal de Amadeus formados en 2024

Somos una referencia de confianza e integridad

➤ Para más información, consulte "Gobierno corporativo", pág. 139.

Tasa de finalización de formaciones en ciberseguridad



Objetivos ESG

Formación en ciberseguridad

Más del 98 % del personal formado en ciberseguridad anualmente

Evaluación de los riesgos ESG de los proveedores

Más de un 70 % del gasto evaluado en 2025

Puntuación NPS de los clientes

Puntuación NPS media ponderada de las unidades de negocio de 34 o superior en 2024 y un incremento anual de dos puntos hasta alcanzar una puntuación de 40 o superior

Formación en el Código Ético y de Conducta Profesional

Más del 90 % del personal formado en 2024 y más del 95 % en 2025

Calificación ESG personalizada

Obtener una calificación ESG en 2024 y establecer objetivos de mejora anuales a partir de entonces

Contribución Tributaria Total



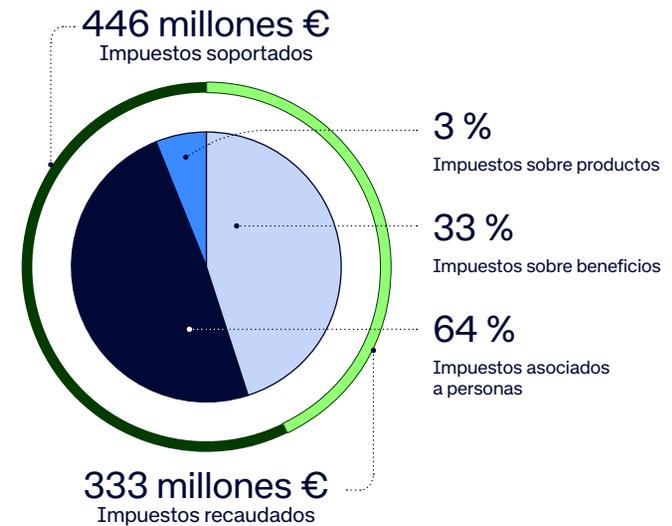
La Política Fiscal del Grupo Amadeus refleja el compromiso de la empresa con la responsabilidad social, conciliando los intereses de sus accionistas, los principales grupos de interés y la sociedad en su conjunto a la que presta apoyo, y, a su vez, respetando los principios de honestidad, transparencia y colaboración.

En este contexto, es la voluntad de Amadeus hacer pública su Contribución Tributaria Total con plena transparencia.¹

En 2023, el Grupo Amadeus² contribuyó con un total de 779 millones de euros a las arcas públicas de los diferentes Estados en los que opera. Esta contribución se desglosa en 446 millones de euros de impuestos soportados, que son los impuestos de los que Amadeus es directamente responsable, y 333 millones de euros de impuestos recaudados, que son impuestos que Amadeus recauda en nombre de otros y remite a las autoridades tributarias.

Los impuestos asociados a personas constituyeron un 64 %, los impuestos sobre beneficios constituyeron un 33 % y los impuestos sobre productos constituyeron un 3 % de la Contribución Tributaria Total de Amadeus.

Contribución tributaria total 2023: 779 millones €



¹ La Contribución Tributaria Total se ha elaborado usando como marco metodológico los estándares internacionales empleados habitualmente en el mercado, como la metodología de la Global Reporting Initiative (GRI), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y PricewaterhouseCoopers. La metodología hace una clara distinción entre los impuestos que han supuesto un coste efectivo para la empresa (impuestos soportados) y los impuestos que la empresa recauda en nombre del Gobierno (impuestos recaudados). La Contribución Tributaria Total excluye explícitamente los pagos o reintegros vinculados a litigios prolongados que se consideran extraordinarios y podrían distorsionar la contribución anual.

² Este año, la Contribución Tributaria Total hace referencia a empresas del Grupo que representan aproximadamente un 90 % del peso relativo del Grupo en términos de relevancia en los estados financieros. En los próximos años, el Grupo preparará la Contribución Tributaria Total para la totalidad de entidades de Amadeus.

Impuestos soportados

El total de impuestos soportados en 2023 ascendió a 446 millones de euros, lo que representa un 57 % de la Contribución Tributaria Total.

Los impuestos asociados a personas representaron un 49 % de los impuestos soportados, lo que equivale a un total de 217 millones de euros, y corresponden principalmente a pagos a la Seguridad Social y conceptos similares.

Los impuestos sobre beneficios constituyeron un 45 % de los impuestos soportados, lo que equivale a un total de 203 millones de euros, y se derivan principalmente de los pagos en concepto de impuesto de sociedades.

Los impuestos sobre productos contribuyeron en un 6 % a los impuestos soportados, lo que equivale a un total de 26 millones de euros, y están asociados en gran parte a impuestos específicos de la industria de las operaciones de Amadeus.

Impuestos recaudados

El total de impuestos recaudados ascendió a 333 millones de euros, lo que representa un 43 % de la Contribución Tributaria Total.

Los impuestos asociados a personas representaron un 85 % de los impuestos recaudados, lo que equivale a un total de 282 millones de euros, e incluyen retenciones practicadas a los trabajadores y pagos a la Seguridad Social o conceptos similares en su nombre.

El 15 % restante corresponde a impuestos sobre beneficios, que ascienden a un total de 51 millones de euros y están vinculados principalmente a retenciones practicadas sobre los dividendos satisfechos.

El Grupo Amadeus no declara impuestos sobre productos y servicios, puesto que mantiene una posición acreedora de IVA debido a las leyes que regulan las transacciones comerciales transfronterizas entre empresas.

Tipos de impuestos soportados por Amadeus en 2023



Tipos de impuestos recaudados por Amadeus en 2023



Perspectiva para el sector de los viajes



Volumen total de viajes

En 2023, la contribución de los viajes y el turismo a la economía mundial se estimó en 9,5 billones de dólares, una cifra que equivale a más de un 9 % del PIB mundial y supone 320 millones de puestos de trabajo (1 de cada 10 en todo el mundo).¹

El impacto de la crisis de la COVID-19 en los viajes y el turismo no tuvo precedentes en intensidad y duración.² Pese a todo, el sector siempre ha superado las recesiones a lo largo de su historia y en 2023 se recuperó con fuerza.

Aunque la recuperación general avanza con paso firme, la matriz de tráfico ha cambiado. El tráfico nacional se ha reactivado antes que el internacional; los viajes de ocio se han recuperado antes que los de negocios, si bien se espera una recuperación del gasto en los viajes de negocios debido a que sus tarifas aéreas son más elevadas; y las aerolíneas de bajo coste han encabezado la recuperación frente a las aerolíneas de servicio completo.

A largo plazo, se espera que la contribución estimada de los viajes y el turismo a la economía mundial aumente en un 5,1 % anual³ y que el tráfico aéreo crezca en un 3,6 % anual.⁴ Sin embargo, el centro de gravedad en el mundo de los viajes seguirá desplazándose de Oeste a Este. Asia-Pacífico será el principal catalizador del crecimiento y, en 2033, representará un 40 % de la contribución de los viajes y

¹ Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) (mayo de 2023). *Travel and Tourism: Economic Impact 2023*.

² Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) (4 de octubre de 2021). “COVID-19: airline industry outlook”.

³ Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) (mayo de 2023). *Travel and Tourism: Economic Impact 2023*. (La tasa de crecimiento del 5,1 % corresponde al periodo de 2023-2033).

⁴ Airbus (junio de 2023). *Global Market Forecast 2023*. (La tasa de crecimiento del 3,6 % corresponde al periodo de 2019-2042).

el turismo a la economía mundial, frente a un 28 % en 2023.⁵ Se prevé que África y Oriente Medio crezcan en consonancia con la tendencia general del mercado y que Norteamérica, Europa y Latinoamérica crezcan a un ritmo más lento.⁶

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 5.000 personas en la región, lo cual representa el 30 % de todo nuestro equipo humano. También tenemos una posición de mercado muy sólida en la línea de negocio Air Distribution y muchas aerolíneas importantes son clientes de nuestra línea de negocio Air IT Solutions.

[↗](#) Para más información, consulte “Aspectos demográficos”, pág. 36.

Tendencias y sucesos que afectan a los viajes y al turismo a nivel mundial

Si bien la crisis sanitaria de la COVID-19 tuvo por sí misma un fuerte impacto directo en el sector de los viajes, también ha impulsado nuevas tendencias y acelerado las existentes. La pandemia y los consiguientes confinamientos han conducido a nuevas formas de trabajar, lo que ha propiciado un nuevo impulso en los viajes de negocios —por ejemplo, las personas que teletrabajan ahora tienen que viajar a las oficinas de sus empresas para reunirse presencialmente con sus equipos—.

Las tensiones entre los Estados Unidos y China también han afectado al panorama geopolítico y las tendencias de globalización, una transformación que amenaza con fragmentar la economía mundial en distintos bloques económicos. Este hecho, sumado a las presiones inflacionistas, el aumento de los tipos de interés y la presión sobre la renta disponible, así como la desaceleración en China, ha tenido una fuerte repercusión en el entorno económico general.

Estas tendencias y sucesos globales se analizan de forma pormenorizada en las páginas siguientes.

⁵ Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) (2023). “Travel and tourism economic impact 2023 Asia-Pacific factsheet”.

⁶ Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) (2023). “Travel and tourism economic impact 2023 Asia-Pacific factsheet”.

Crisis sanitarias

Durante los últimos años, la COVID-19 ha obligado al sector de los viajes a ingeniar formas creativas para lograr la recuperación de los viajes a nivel mundial. Aunque ahora se ha recobrado la confianza, el sector todavía necesita actuar de forma proactiva para estimular el crecimiento y crear resiliencia.

En Amadeus hemos contribuido a la recuperación de los viajes desde el comienzo de la pandemia, trabajando codo a codo junto con nuestros clientes y socios para dotarlos de las herramientas necesarias para adaptarse a las necesidades de los viajeros, en constante evolución.

Se ha desplegado biometría en los aeropuertos, lo que ha permitido reducir los puntos de contacto físico y agilizar los viajes. La digitalización también nos ha permitido integrar fácilmente nuevos requisitos de acreditación sanitaria.

Se ha producido un aumento masivo en la adopción de pagos digitales, lo que ha permitido que las empresas de gestión de viajes logren una mayor visibilidad de los viajes y los gastos y tengan acceso a una abundante fuente de datos para explotar nuevas oportunidades.

Los hoteleros han invertido en llaves digitales, una tecnología que permite acceder a las habitaciones solo con una aplicación, mientras que las habitaciones de hotel inteligentes brindan al huésped una experiencia mejor, más cómoda y personalizada.

Todos estos ejemplos ilustran los cambios y la evolución que ha precipitado la COVID-19, pero que en muchos casos han llegado para quedarse.

Geopolítica

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

Los expertos creen que la economía mundial podría correr el riesgo de fragmentarse en distintos bloques económicos con diferentes ideologías, sistemas políticos, estándares, etc.⁷ Antes de la crisis de la COVID-19, la Asociación de Transporte

⁷ Blog del Fondo Monetario Internacional (FMI) (2 de junio de 2022). [“A deeper look at forces fragmenting our world—and how to respond”](#).

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).⁸ En cuanto al número de pasajeros en 2023, la diferencia era de casi el doble entre el mejor y el peor escenario. En el escenario “Globalización inversa”, entendemos la reducción de los viajes aéreos entre los bloques económicos como un factor importante de menor crecimiento general.

Amadeus dedica un esfuerzo significativo a entender los principales motores de cambio que probablemente definirán el futuro. De forma periódica, realizamos ejercicios de planificación de escenarios que nos ayudan a entender la evolución de los viajes y a elaborar estrategias para sostener nuestra posición de liderazgo.

Crecimiento económico

Los niveles de crecimiento económico están estrechamente vinculados al crecimiento del sector de los viajes a largo plazo, aunque esta relación general varía sustancialmente a lo largo del tiempo y de una región geográfica a otra. En los 20 años anteriores a 2019 (antes de la pandemia), los Pasajeros por Kilómetro Transportados (PKT) crecieron a una tasa que duplicaba aproximadamente el PIB.⁹

Antes de recuperarse completamente de la pandemia de la COVID-19, el mundo ha tenido que hacer frente a nuevos y complejos desafíos macroeconómicos, como una inflación persistente y en expansión, un aumento de los tipos de interés y una presión sobre la renta disponible, así como una desaceleración en China, por citar algunos. A corto y medio plazo, es probable que la volatilidad macroeconómica tenga un impacto económico dispar en los países y las personas y, dado que el crecimiento sigue siendo lento y presenta discrepancias cada vez más desiguales a nivel mundial,¹⁰ la relación entre el crecimiento del PIB y el sector de los viajes puede ser diferente 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.

⁸ Organización de Aviación Civil Internacional (OACI) (19 de agosto de 2019). [“Enhancing fair competition and safeguards for the sustainable growth of international air transport”](#).

⁹ Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) (8 de febrero de 2019). [“Air travel GDP multiplier falls sharply back to its 20-year median”](#).

¹⁰ Fondo Monetario Internacional (FMI) (octubre de 2023). [“World economic outlook: navigating global divergences”](#).

Trabajo flexible

Tras la experiencia de pleno teletrabajo que el mundo vivió durante la pandemia, con el paso del tiempo las empresas están encontrando un equilibrio entre las demandas de flexibilidad de su equipo humano y la necesidad de trabajar de forma presencial. Sin embargo, el interés cada vez más pronunciado de los empleados por un modelo de trabajo flexible ha cambiado las dinámicas de los equipos, aumentando la necesidad de lograr una calidad sistemática y destinar el tiempo presencial a actividades bien focalizadas. En la actualidad, las reuniones y los encuentros internacionales ya forman parte de estos modelos flexibles.

El propósito de la oficina ha cambiado y ahora es un lugar para reunirse, colaborar y socializar. 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.

Estas dinámicas de trabajo flexible también han dado lugar a nuevas prácticas y tendencias, como las “trabajaciones” (durante las cuales los empleados teletrabajan desde otros lugares, como alojamientos vacacionales u hoteles) o los “nómadas digitales” (la opción de dedicar periodos más largos trabajando desde otro país). Y muchos países están adaptando sus visados y planes de incentivos, así como sus infraestructuras, para atraer a nómadas digitales.

No esperamos que vuelvan los modelos de trabajo previos a la pandemia. Nuestro objetivo en Amadeus es ofrecer herramientas eficientes para este nuevo mundo de trabajo flexible con las que se puedan planificar y reservar viajes de negocios de una manera fluida, colaborativa y prospectiva.

Y nuestra alianza con Microsoft nos permite crear este tipo de aplicaciones.

➔ Para más información, consulte “Corporaciones / Cytric Easy”, pág. 55.

Tendencias y sucesos específicos de la industria que afectan a los viajes y al turismo a nivel mundial

Al margen de estas evoluciones globales, también hemos observado varias tendencias y sucesos específicos en la industria de los viajes.

La preocupación por la sostenibilidad ha aumentado sustancialmente durante los últimos años y, por lo que respecta a los viajes, se ha prestado mucha más atención a la cuestión climática.

También se ha producido un aumento de las restricciones jurídicas y del nivel de desintermediación.

Sostenibilidad

La preocupación por la sostenibilidad en el sector de los viajes ha aumentado a niveles sin precedentes y no es probable que amaine en el futuro próximo. En la actualidad, está ampliamente reconocido que es necesario priorizar la sostenibilidad todavía más y coordinar los esfuerzos, puesto que hoy por hoy la sostenibilidad recibe niveles de atención muy diferentes en distintas partes del mundo. Los desafíos en materia de sostenibilidad a los que se enfrenta el sector engloban distintos aspectos, como el cambio climático y la masificación de los destinos. La cuestión climática reviste especial importancia.

La aviación está específicamente en el punto de mira debido a su crecimiento actual y futuro. El tráfico aéreo representa en torno al 2 % de todas las emisiones antropogénicas de CO₂.¹¹ En cuanto al resto de emisiones de la aviación al margen del CO₂, sus efectos climáticos todavía no se entienden plenamente, lo que dificulta tanto su medición como las actuaciones para minimizar sus efectos adversos. Adicionalmente, el auge del activismo climático está adquiriendo cada vez más notoriedad, con una intensidad y rapidez sin precedentes.

Debido a la influencia de esta tendencia, prevemos que el marco jurídico será cada vez más exigente y acelerará la reducción de emisiones de la aviación, particularmente en Europa.

¹¹ Air Transport Action Group (ATAG) (septiembre de 2020). “Facts & figures”.

En este contexto, existe la firme voluntad en el sector de crecer de manera sostenible, con el compromiso de alcanzar cero emisiones netas de carbono antes de 2050,^{12, 13} y trabajar conjuntamente para lograr estos objetivos conforme a la declaración de la Coalición Internacional para la Ambición Climática de la Aviación.¹⁴

Muchas aerolíneas han adoptado un papel activo a la hora de abordar las emisiones mediante distintas iniciativas, que pueden clasificarse en tres categorías:

1. La producción y distribución de combustibles de aviación sostenibles.

En octubre de 2023, la UE firmó la iniciativa ReFuelEU Aviation,¹⁵ que se propone lograr que los combustibles de aviación sostenibles (SAF, por sus siglas en inglés) representen un 2 % del combustible de la aviación en 2025 y que alcancen un 6 % en 2030 y un 70 % en 2050.¹⁶ Las aerolíneas están realizando operaciones de compra de SAF^{17, 18, 19, 20} y forjando alianzas con empresas como Shell o Airbus para explorar y desarrollar el suministro de SAF.^{21, 22} En 2022, la producción de SAF se triplicó con respecto a 2021 y se espera que continúe aumentando.²³

2. Mejoras tecnológicas y operacionales para aumentar la eficiencia de las operaciones de la aviación. La IATA considera que un 16 % del

12 Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) (octubre de 2021). [“Resolution on the industry's commitment to reach net zero carbon emissions by 2050”](#).

13 Organización de Aviación Civil Internacional (OACI) (7 de octubre de 2022). [“States adopt net-zero 2050 global aspirational goal for international flight operations”](#).

14 Coalición Internacional para la Ambición Climática de la Aviación (26 de octubre de 2023). [“Declaration: International Aviation Climate Ambition Coalition”](#).

15 ReFuelEU es una iniciativa enmarcada en el paquete de medidas “Objetivo 55” de la UE para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en al menos un 55 % antes de 2030 con respecto a los niveles de 1990. [Reglamento \(UE\) 2023/2405 del Parlamento Europeo y del Consejo](#).

16 Parlamento Europeo y del Consejo. (20 de septiembre de 2023). [“Regulation on ensuring a level playing field for sustainable air transport”](#).

17 IncepteMind (24 de agosto de 2022). [“IAG signs agreement with Aemetis for sustainable aviation fuel supply”](#).

18 Neste (25 de octubre de 2022). [“Neste to supply the Air France-KLM Group with more than 1 million tons of Sustainable Aviation Fuel”](#).

19 Ryanair Corporate (19 de octubre de 2023). [“Ryanair purchases 500 tonnes SAF from OMV”](#).

20 PhocusWire (14 de septiembre de 2023). [“United Airlines inks deal to buy 1B gallons of SAF”](#).

21 Reuters (30 de marzo de 2023). [“Qantas, Airbus to invest in Australian biofuel refinery”](#).

22 Shell Global (1 de agosto de 2022). [“Shell and Lufthansa Group sign non-binding Memorandum of Understanding for sustainable aviation fuel \(SAF\) supply”](#).

23 Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) (6 de junio de 2023). [“SAF Production Set for Growth but Needs Policy Support to Diversify Sources”](#).

objetivo de cero emisiones netas deberá alcanzarse a través de nuevas tecnologías y combustibles alternativos. Algunas aerolíneas tienen previsto pilotar aeronaves impulsadas por hidrógeno, mientras que otras planean introducirlo como fuente auxiliar del combustible en 2025 y usarlo como fuente de energía principal para su flota de fuselaje estrecho a mediados de la década de 2030^{24, 25, 26, 27, 28} o bien recurrir a la electricidad para propulsar sus aviones en 2030.^{29, 30, 31}

3. Medidas basadas en el mercado para acelerar la demanda de proyectos de compensación de carbono de alta calidad, SAF y opciones de viajes sostenibles.

La implementación de la opción de compensación de carbono cada vez es más habitual. Algunas aerolíneas ofrecen a los viajeros la posibilidad de compensar la huella de carbono directamente durante el proceso de reserva, mientras que otras optan solo por vender “tarifas verdes”, que incluyen un componente en el precio para compensar las emisiones de carbono.³²

Intermediarios como Booking.com han integrado calculadoras de datos de emisión de carbono en las reservas de alojamientos en Europa³³ y CWT, Navan y Concur³⁴ han lanzado paneles de sostenibilidad para los viajeros corporativos. Empresas como Microsoft³⁵ y Ernst & Young³⁶ están incorporando normas y penalizaciones más severas en materia de

24 *The Guardian* (26 de septiembre de 2022). [“EasyJet to stop offsetting CO2 emissions from December”](#).

25 Simple Flying (10 de octubre de 2022). [“American Airlines eyes net-zero fuels with Universal Hydrogen investment”](#).

26 Simple Flying (18 de marzo de 2022). [“Delta Air Lines partners with Airbus seeking hydrogen flight”](#).

27 Hospitality ON (17 de marzo de 2022). [“British Airways partners ZeroAvia on hydrogen-powered aircraft project”](#).

28 International Airport Review (8 de octubre de 2023). [“Making hydrogen-powered flights a reality by 2035”](#).

29 AeroTime Hub (25 de septiembre de 2023). [“Air Canada orders up to 30 Boeing 787-10 Dreamliner jets with new cabin design”](#).

30 Electrek (14 de junio de 2023). [“United Airlines to launch first electric commuter flights for San Francisco”](#).

31 Air Charter Service (12 de mayo de 2023). [“How close are we to electric planes?”](#).

32 Business Travel News (BTN) Europe (7 de septiembre de 2023). [“SWISS to sell only Green Fares between Zurich and Geneva”](#).

33 Skift (24 de octubre de 2022). [“Booking.com to add emissions info to bookings through new partnership”](#).

34 Business Travel News (BNT) Europe (17 de junio de 2022). [“SAP Concur launches climate app”](#).

35 The Official Microsoft Blog (10 de marzo de 2022). [“An update on Microsoft’s sustainability commitments: building a foundation for 2030”](#).

36 WIT (13 de abril de 2022). [“No shorthaul if there is rail, no day trips and limits on number of staff in one event”](#).

sostenibilidad en sus políticas de viaje. La coalición Travalyst, a la que Amadeus se unió en 2022, también ofrece un marco de sostenibilidad que facilita información constante sobre sostenibilidad a los viajeros.

Al margen de la aviación, el viaje multimodal —es decir, combinar distintos medios de transporte en un solo viaje— tiene el potencial de optimizar el transporte, así como reducir la contaminación del aire y la congestión. Entre algunos avances recientes en este ámbito, destaca la cooperación de aerolíneas y alianzas de aerolíneas con empresas de transporte ferroviario (p. ej., Deutsche Bahn ahora formará parte de Star Alliance).

La tecnología puede contribuir a un uso más eficiente de la infraestructura y la energía, así como a una reducción de las emisiones de carbono. En Amadeus, podemos contribuir de dos formas:

- Concienciamos a los millones de viajeros que pasan por nuestras plataformas sobre las emisiones liberadas a consecuencia de sus viajes y ofrecemos soluciones como la compensación de carbono de las emisiones que no pueden evitarse.
- Desarrollamos soluciones tecnológicas que mejoran la eficiencia operativa y medioambiental de nuestros clientes.

➤ Para más información, consulte “Propuesta de valor de sostenibilidad ambiental”, pág. 133.

Por lo que respecta a la saturación turística, los destinos populares se enfrentan a una amenaza para la asequibilidad de la vivienda. En consecuencia, vemos que los ayuntamientos están tomando medidas importantes como, por ejemplo, adoptar regulaciones para reducir la facilidad de acceso y el atractivo de los alquileres turísticos de corta estancia. Amadeus ofrece soluciones para prever el tráfico aéreo y anticipar la afluencia turística con el objetivo de ayudar a gestionar la saturación turística. Asimismo, gracias a nuestra plataforma Amadeus Discover,³⁷ los vendedores de viajes pueden ofrecer la opción de reservar experiencias con antelación y distribuir a los visitantes a lo largo de periodos menos concurridos. Por otro lado, se puede ofrecer a los viajeros propuestas alternativas cuando las actividades estén totalmente reservadas o encontrar “joyas ocultas”, lidiando con los efectos adversos de la

³⁷ Amadeus Discover facilita la interconexión de los proveedores de actividades con agencias de viajes (en línea), hoteles, organizaciones de promoción de destinos (DMO), aerolíneas, guías de viajes y oficinas de turismo para prestar mejor servicio a los viajeros en sus destinos. La solución ayuda a los viajeros mediante una oferta de las mejores experiencias en el destino e información en un único lugar.

saturación turística al tiempo que se ofrecen experiencias más auténticas con la esencia del lugar.

Para que la sostenibilidad reciba la importancia que se merece, es imprescindible que todos los grupos de interés del sector de los viajes —proveedores y distribuidores de viajes, empresas de tecnología, asociaciones del sector, organismos reguladores y viajeros— colaboren de una forma sin precedentes.

Restricciones jurídicas

En los últimos años, se ha producido un aumento de las restricciones jurídicas en el sector de los viajes y el turismo. En general, en la industria de los viajes cada vez se realizan más controles antimonopolio a proveedores, vendedores y distribuidores de viajes. Por ejemplo, los tribunales de los EE. UU. ordenaron el cese de la Alianza del Noreste entre JetBlue y American Airlines y la UE ha bloqueado la adquisición de Etraveli por parte de Booking Holdings. Todo ello refleja un estancamiento en la consolidación de los actores del sector de los viajes.

Por otra parte, también se están introduciendo nuevas iniciativas legislativas, como la Ley de Mercados Digitales de la UE, que imponen obligaciones adicionales a las grandes plataformas. Asimismo, la creciente disparidad de regulaciones entre países y bloques —como las contradictorias sanciones y leyes en materia de localización de datos— está incrementando la complejidad de los negocios globales.

Desintermediación

En la década que precedió a la pandemia de la COVID-19, el número total de pasajeros aumentó más rápido que el número de pasajeros con billetes vendidos a través de sistemas mundiales de distribución (GDS, por sus siglas en inglés), lo que dio lugar a una disminución progresiva de la proporción relativa de ventas a pasajeros mediante GDS.

Algunos motivos de este fenómeno fueron una mayor tasa de crecimiento de las aerolíneas de bajo coste —que, por norma general, no ofrecían su contenido a los GDS— y el crecimiento de los canales directos (web y móvil) de las aerolíneas de servicio completo.

Además, a lo largo de los últimos años en que el mundo se ha ido recuperando de la pandemia, los viajes aéreos han repuntado primero a nivel regional y nacional en

vuelos de punto a punto³⁸ operados por aerolíneas de bajo coste o aerolíneas de servicio completo para viajes de ocio. En ambas situaciones, los GDS suelen intervenir menos, y los agregadores³⁹ y las conexiones directas⁴⁰ han acaparado una cuota adicional (p. ej., Expedia/American Airlines en Norteamérica).⁴¹

En este periodo también se consolidaron las Nuevas Capacidades de Distribución (NDC, por sus siglas en inglés)⁴² de la IATA. Una de las consecuencias que tuvo el contenido NDC por encima del contenido tradicional y el surgimiento de las conexiones directas y los agregadores fue una mayor fragmentación del contenido de las aerolíneas. Esto supuso una mayor complejidad para los agentes de viajes a la hora de llevar a cabo su misión de suministrar un amplio nivel de contenido y ofrecer una comparación completa de dicho contenido a los viajeros.

Sin embargo, los GDS continúan trabajando en su objetivo de adquirir contenido en distintos formatos y hacer que sea fácil de comparar, lo que contribuye a que sigan siendo relevantes. Los GDS también se están beneficiando de la recuperación del tráfico internacional y empresarial, que tradicionalmente constituye una proporción más alta en los GDS.

En Amadeus, realizamos importantes inversiones para maximizar el valor del negocio de la distribución de los viajes, no solo para afrontar el reto de la fragmentación del contenido, adquiriendo distintos tipos de contenido en formatos diversos (p. ej., el

estándar tradicional EDIFACT,⁴³ el estándar moderno NDC o formatos privados de aerolíneas de bajo coste), sino también para perseguir nuestro objetivo de convertirnos en el distribuidor global líder de contenido de aerolíneas, haciendo que este contenido regularizado sea fácil de encontrar y comparar para los vendedores de viajes y ofreciendo detalles completos además de las tarifas y horarios (p. ej., una vista completa de las condiciones, complementos e información sobre sostenibilidad).

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.

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.

➤ Para más información, consulte “Soluciones tecnológicas para la industria aérea”, pág. 60, y “Hoteles”, pág. 75.

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, incluyendo potencialmente 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 Air Distribution, que conecta a proveedores de viajes con distribuidores de viajes de todo el mundo.

➤ Para más información, consulte “Distribución aérea”, pág. 50.

⁴³ El Intercambio Electrónico de Datos para la Administración, Comercio y Transporte (EDIFACT, por sus siglas en inglés) es un conjunto de estándares de la industria que se utiliza desde la década de 1970 para intercambiar datos electrónicos de forma dinámica en un formato compacto entre distintos actores. Todavía se emplea en la industria de los viajes.

³⁸ Los viajes punto a punto hacen referencia a itinerarios aéreos directos entre dos ciudades, sin ninguna escala.

³⁹ Los agregadores son actores del sector de los viajes que se dedican a recopilar contenido de proveedores (aerolíneas, ferrocarriles, hoteles, etc.) en beneficio de los agentes de viajes. Operan principalmente allí donde los GDS tradicionales tienen menos presencia (contenido de aerolíneas de bajo coste, contenido regional, etc.).

⁴⁰ Las conexiones directas hacen referencia a enlaces tecnológicos y comerciales directos entre agencias de viajes y aerolíneas que no pasan por ninguna otra forma de intermediación (ni GDS ni agregadores).

⁴¹ *Travel Weekly* (12 de abril de 2022). “American Airlines puts NDC content on Expedia websites”.

⁴² Un programa lanzado por la IATA que simplifica el uso compartido de información detallada sobre vuelos, ofertas personalizadas y servicios complementarios directamente con distribuidores habilitados para NDC a través de sitios web y aplicaciones. NDC se ha marcado el objetivo de convertirse en un estándar de la industria que permita a las aerolíneas maximizar el potencial de su transformación minorista en todos los canales, ofreciendo más personalización, mayor riqueza de contenido para los viajeros y capacidades de diferenciación para los agentes de viajes.

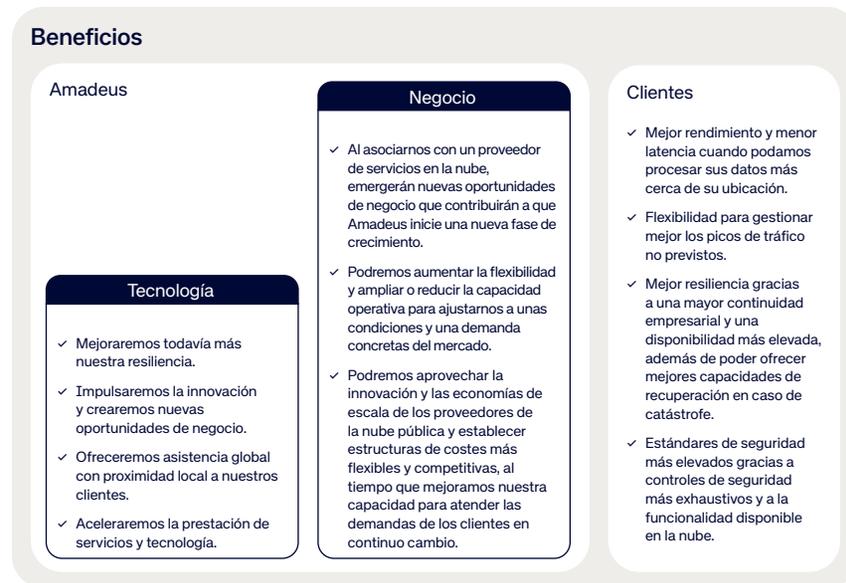
En 2023, invertimos 1.148 millones de euros (brutos) en I+D para desarrollar soluciones tecnológicas que mejoren la eficiencia operacional de nuestros clientes y redunden en un crecimiento más sostenible del sector de los viajes. Seguimos siendo líderes en inversión en I+D en el sector de los viajes y somos el quinto mayor inversor en I+D del sector del *software* en Europa.⁴⁴

Existen distintas tendencias tecnológicas, que se abordan de forma pormenorizada a continuación, con implicaciones para la evolución de la industria y para Amadeus.

La nube

La tecnología de la nube ha madurado de manera significativa —por ejemplo, en la seguridad y la automatización— y ahora es relevante para sistemas esenciales como los que opera Amadeus. Por esta razón, en 2021 decidimos acelerar la migración de nuestros sistemas y servicios a la nube pública a través de una alianza estratégica con Microsoft.

Dar el salto a la nube comporta distintos beneficios para Amadeus.



⁴⁴ Centro Común de Investigación (Comisión Europea) (15 de diciembre de 2023). “The 2023 EU Industrial R&D Investment Scoreboard”.

En 2023, logramos avances constantes hacia el objetivo de migrar completamente nuestras soluciones y aplicaciones a la nube. Hemos continuado migrando los datos a Azure, incluidos los datos históricos y en tiempo real de distintas fuentes y dominios. Hemos ejecutado aplicaciones de *back-end* esenciales para Amadeus en entornos de producción en vivo en Azure y hemos realizado ensayos en tiempo real de algunas de nuestras principales soluciones en Azure con algunos clientes.

➤ Para más información, consulte “Tecnología”, pág. 85.

Tecnologías recientes y emergentes

Algunas tecnologías clave en este ámbito son la inteligencia artificial (IA) generativa, la identidad digital y los viajes sin contacto, los ecosistemas de plataformas y la realidad extendida y el metaverso.

Inteligencia artificial generativa

Aunque la IA se utiliza en nuestro negocio desde hace algunos años, ahora estamos presenciando la nueva generación del desarrollo de la IA. La IA generativa es un tipo de inteligencia artificial que puede crear contenido original —como texto, imágenes, voces u otros medios— a partir de unas instrucciones. Esta tecnología tiene un potencial muy significativo para transformar múltiples sectores, interactuando con los clientes de una forma personalizable y escalable.

En el ámbito de los viajes, tendrá repercusión en todas las etapas del viaje:

- La IA generativa mejorará la fase de planificación del viaje a través de experiencias inspiradoras de búsqueda y compra centradas en el viajero. Las nuevas herramientas podrán buscar, resumir y presentar la información de formas accesibles completamente nuevas, impulsando la demanda y reduciendo los costes de adquisición de clientes. Los grupos de interés tendrán una perspectiva más profunda que nunca sobre las motivaciones y acciones de los viajeros. Con la IA generativa, se puede identificar el propósito de un viaje, las expectativas, la disposición a pagar y muchos otros aspectos a través de conversaciones con bots conversacionales.
- Durante el viaje, se satisfarán las necesidades de los viajeros de formas más intuitivas y personalizadas. Los bots conversacionales basados en

IA generativa se utilizarán para entender las preferencias de los viajeros. Las alteraciones en los planes de viaje se resolverán más rápido mediante sistemas inteligentes de reasignación de reservas.

- Tras el viaje, la IA generativa ayudará a evaluar la opinión de los clientes y facilitará que las empresas de viajes respondan a las reseñas en línea, mejoren su reputación en Internet, estimulen las compras repetitivas y mantengan las relaciones con los viajeros a lo largo de periodos prolongados.

Sea cual sea la dirección que tome la evolución de esta tecnología, Amadeus estará preparado para ello. Contamos con equipos de investigación constituidos por especialistas en IA y científicos de datos que implementan y experimentan con distintas aplicaciones prácticas, así como grupos de desarrollo de productos que ponen en práctica esta nueva tecnología.

- Para más información, consulte “Distribución aérea”, pág. 50, “Innovación”, pág. 95, y “Tecnología”, pág. 85.

Identidad digital y viajes sin contacto

La identidad digital se utiliza para representar a un individuo (o una organización) en entornos digitales a través de una serie de atributos validados.

Muchos Gobiernos tienen intención de emitir o regular las identidades digitales de sus ciudadanos. La Unión Europea ha exigido que todos los Estados miembros ofrezcan una identidad digital a sus ciudadanos y empresas de conformidad con el Reglamento eIDAS 2.0.⁴⁵ Algunos países —como Dinamarca, Estonia, India y Suecia— ya cuentan con un marco de identidad digital muy avanzado con un nivel de adopción superior al 90 %. En EE. UU., algunos estados están poniendo en funcionamiento permisos de conducir digitales y, paralelamente, actores del sector privado, como Airside o CLEAR, realizan esfuerzos complementarios.⁴⁶

Una cartera de identidad digital es un lugar seguro que se utiliza para almacenar documentos de identidad digitales, a menudo en un dispositivo móvil. Sin embargo,

⁴⁵ El reglamento para “servicios electrónicos de identificación, autenticación y confianza” (eIDAS, por sus siglas en inglés) de la UE regula los servicios electrónicos de identificación y confianza para las transacciones electrónicas.

⁴⁶ Airside y CLEAR son empresas privadas que trabajan en el ámbito de la identidad digital para la industria de los viajes.

a pesar de los esfuerzos por lograr una estandarización (p. ej., OpenWallet Foundation), es probable que se acabe implantando un amplio número de carteras, con una interoperabilidad limitada.

En el ámbito de los viajes, las carteras de identidad digital se utilizarán para almacenar documentos de identidad, permisos de conducir, pasaportes, autorizaciones de viaje, cuentas de fidelidad, preferencias de viajes y detalles de pagos. Podrían mejorar la experiencia de viaje facilitando la integración en línea y la creación de cuentas en proveedores de viajes, digitalizando y automatizando el control de documentos y propiciando una experiencia de viaje plenamente sin contacto, al tiempo que se prioriza la seguridad y la confidencialidad de los datos.

Amadeus ofrece soluciones sin contacto para todos los puntos de interacción en el aeropuerto, incluyendo los terminales de facturación, el depósito de equipaje automatizado, el control de fronteras y el embarque. También estamos trabajando con la IATA en el desarrollo de su estándar One ID⁴⁷ y en impulsar la aplicación práctica del Consorcio de Carteras de Identidad Digital de la UE⁴⁸ en el sector de los viajes.

- Para más información, consulte “Operaciones de aeropuertos y aerolíneas”, pág. 69, y “Nexwave, el vivero empresarial de Amadeus”, pág. 99.

Ecosistemas de plataformas

Todos los actores en el sector de los viajes quieren poner más énfasis en la centralidad del viajero y mejorar los viajes en todos los puntos de interacción. Pero su capacidad para lograr este propósito es limitada debido a la compartimentación de los sistemas, la imposibilidad de gestionar sus propios ecosistemas y la incapacidad de colaborar con otros actores del sector de los viajes.

Hay cuatro tendencias tecnológicas recientes que ayudan a abordar estas cuestiones:

1. La nube, que permite escalar la infraestructura rápidamente.
2. La transformación digital, que garantiza que prácticamente todas las personas estén hoy día conectadas a un dispositivo digital.

⁴⁷ Una solución de gestión de identidades colaborativa que abarca todas las etapas del proceso y los grupos de interés en el viaje de forma integral.

⁴⁸ Un proyecto piloto financiado por la Comisión Europea que pondrá a prueba la identidad digital a gran escala.

3. La IA, que está permitiendo aprovechar la inmensa cantidad de datos generados por la digitalización.
4. La apertura tecnológica, que facilita las interconexiones entre pilas tecnológicas distintas y aisladas.

Estas tendencias permiten adoptar un enfoque orientado a los ecosistemas y entablar una mejor colaboración entre los actores de la industria, como las aerolíneas y los aeropuertos. Esto, a su vez, propiciará que los actores del sector de los viajes pongan más énfasis en la centralidad del viajero y mejoren los viajes.

En Amadeus, estamos capitalizando estas tendencias con Amadeus Creation Platform. Amadeus Creation Platform combina la colaboración continua con un ecosistema preconectado de socios comerciales de primer nivel con tecnología abierta, datos en tiempo real y modelos de IA listos para usar. Creation Platform constituye un catalizador tecnológico para Amadeus que nos permitirá crear nuestra cartera del futuro y ocupar un lugar central en el ecosistema de los viajes de última generación. Nuestro primer producto desarrollado en esta plataforma es Amadeus Nevio, una nueva generación de soluciones tecnológicas para aerolíneas más sofisticada, inteligente y abierta que ofrece capacidades avanzadas de venta minorista y permite a las aerolíneas centrarse en la experiencia del viajero.

➤ Para más información, consulte “Soluciones tecnológicas para la industria aérea”, pág. 60, y “Tecnología”, pág. 85.

Realidad extendida y el metaverso

La realidad extendida es un término paraguas que comprende la realidad virtual, la realidad aumentada y la realidad mixta. La realidad extendida permite crear experiencias inmersivas en 3D similares al mundo real y forma parte de las tecnologías subyacentes que sustentan el metaverso. El metaverso va más allá de la noción de experiencia inmersiva: es un espacio virtual compartido de forma totalmente colectiva y constituye una economía virtual por sí mismo.

La realidad extendida supone una oportunidad para nuestra industria. Permitirá a los viajeros imaginar y planificar un viaje, inspirarse e informarse: podrán verlo todo, desde la habitación del hotel al asiento del avión o el lugar de destino, mucho antes de poner siquiera un pie fuera de casa. También puede utilizarse para revivir recuerdos de un viaje. En cada etapa del viaje, desde el comienzo hasta el final, esta nueva tecnología puede estar al servicio del cliente y enriquecer la experiencia global del viajero.

Dado el potencial y la naturaleza disruptiva de la realidad extendida y el metaverso, estamos adoptando una postura proactiva. Por ahora, nuestro enfoque consiste en centrarnos en la realidad extendida, probarla y aprender de ella. Junto con nuestros socios, nos hemos embarcado en distintos proyectos:

- Visitas virtuales en 3D de las cabinas de los aviones para que los viajeros descubran de forma interactiva las características de las cabinas de las aerolíneas en clase preferente: asientos, pantallas, espacios compartidos, etc.
- El desarrollo de una plataforma de realidad extendida que se utilizará para ofrecer contenido inmersivo a los viajeros que visitan agencias de viajes de forma presencial.⁴⁹
- La creación de un espacio virtual para viajeros y agentes a fin de establecer contacto y diseñar conjuntamente la mejor experiencia de viaje.

En lo que respecta al liderazgo de opinión, en 2023 Amadeus participó en distintas ponencias sobre la realidad extendida y los viajes,⁵⁰ y fuimos una de las primeras empresas en unirnos al Metaverse Standards Forum internacional. También hemos realizado una extensa labor de protección de nuestras invenciones en este ámbito, donde hemos registrado 12 patentes relacionadas con la realidad extendida y el metaverso.⁵¹

➤ Para más información, consulte “Tecnología”, pág. 85.

⁴⁹ Amadeus (16 de enero de 2023). “Amadeus y The Wise Dreams llevan la IA, la realidad virtual y el metaverso a las agencias de viajes de España”.

⁵⁰ Simposio Mundial de Pasajeros (WPS) de la IATA en Baréin (noviembre de 2022), Hotel Investment Conference—South Asia (HICSA) en Bangalore (marzo de 2023) y Travel Tech Asia en Singapur (octubre de 2023).

⁵¹ Por ejemplo, Metaverse Front Office Connectivity; Edge Computing Interactive Scene Rendering; y Digital Twin as Personal Assistant in the Metaverse.

Perfil de Amadeus



Mejoramos la experiencia de viaje

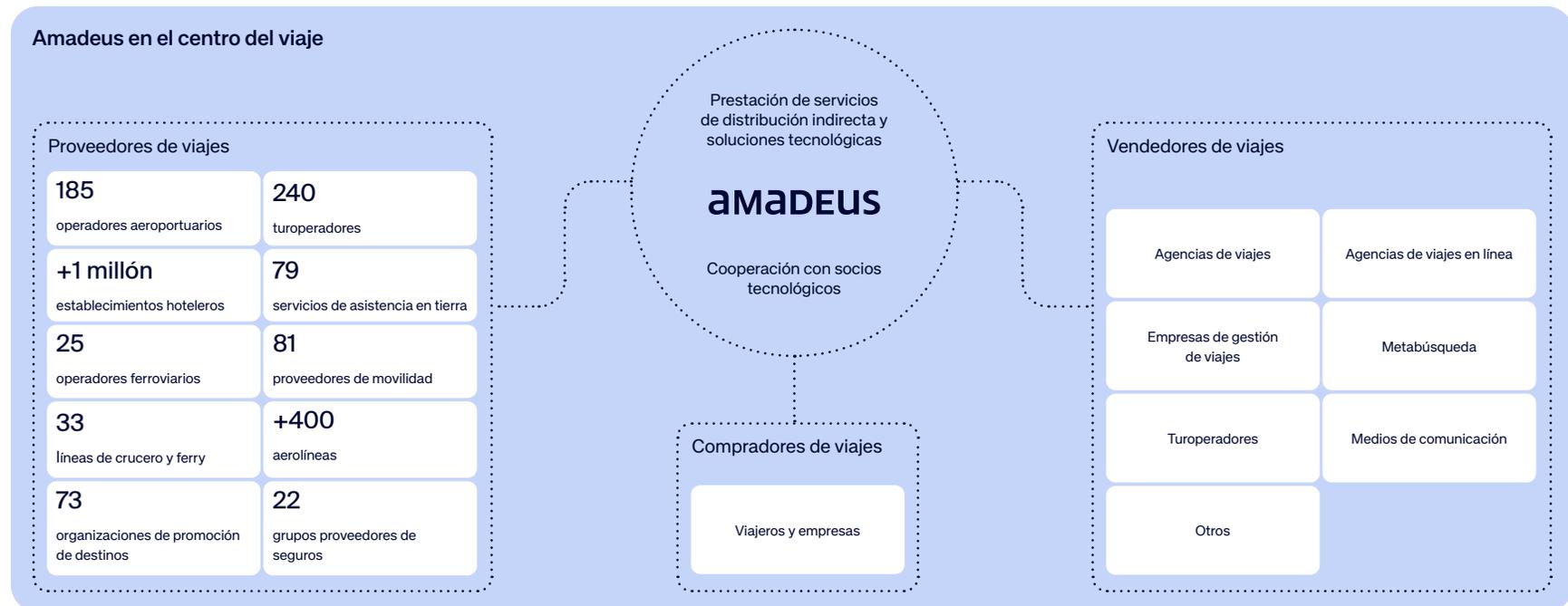
Viajar satisface nuestra necesidad de explorar el mundo: descubrir nuevos lugares, conocer a personas nuevas y estar cerca de lo que nos importa. También impulsa las economías, enriquece culturas y crea conexiones entre las sociedades. El sector de los viajes y el turismo es dinámico, potente y de rápida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

El propósito de Amadeus es mejorar la experiencia de viajar para todos, siendo una fuente de inspiración para la innovación, las alianzas y la responsabilidad hacia las personas, los lugares y el planeta.

Nuestra tecnología impulsa el sector de los viajes y el turismo a nivel mundial, inspirando formas de trabajar más abiertas y formas de pensar más conectadas, siempre con la mirada puesta en la evolución de la industria y en la mejora de los servicios que nuestros clientes prestan a los viajeros.

Los viajes deberían ser personales, estar cargados de significado y centrarse en el viajero. Por eso Amadeus otorga más poder a las personas. Queremos lo que todo el mundo quiere: servicios innovadores al alcance de todos, opciones inspiradoras y llenas de inspiración, viajes relajados y experiencias sin contratiempos. Simplicidad.

Como industria, solo progresamos cooperando y siendo más reactivos y creativos. Nuestra plataforma conecta todo el ecosistema global de los viajes y la hostelería. Cualquiera es bienvenido a unirse para aportar y compartir ideas. Juntos podemos rediseñar los viajes del futuro.



GRI 2-6

En Amadeus, contamos con una perspectiva única al ocupar un lugar central en el sector. Ponemos nuestra vasta experiencia a disposición de nuestros clientes y socios en todo el mundo para solucionar los mayores retos de los viajes y hacer realidad las ideas rápidamente.

Quiénes somos

Amadeus es una empresa tecnológica dedicada al sector de los viajes, con sede central en Madrid. Contamos con un equipo verdaderamente internacional compuesto por más de 18.500 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.

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 I+D. 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. 11.

Ayudamos a los proveedores de viajes a crear paquetes y a ofrecer su contenido a través de canales tanto directos como indirectos⁵² y proporcionamos a los vendedores de viajes acceso a una amplia gama de contenido de viajes global. Nuestras soluciones de gestión de clientes les ayudan a mejorar la experiencia de sus clientes, desde el primer contacto hasta el final del servicio y más allá.

⁵² Distribución indirecta significa a través de agencias de viajes, en contraposición a la distribución directa que se realiza a través de la web o la aplicación del propio proveedor de viajes.

Qué hacemos

<h4 style="margin: 0;">Marketing y ventas</h4> <ul style="list-style-type: none"> • Distribución directa e indirecta • Adquisición y conversión de tráfico • Punto de venta y pago • Gestión de ingresos • Venta minorista y <i>merchandising</i> digitales 	<h4 style="margin: 0;">Análisis e inteligencia</h4> <ul style="list-style-type: none"> • Personalización • Información de mercado • Integración de datos • Servicios de consultoría 	<h4 style="margin: 0;">Gestión del negocio</h4> <ul style="list-style-type: none"> • Automatización de procesos • Gastos • Contabilidad y finanzas • <i>Mid-office</i> y <i>back-office</i> 	<h4 style="margin: 0;">Operaciones</h4> <ul style="list-style-type: none"> • Operaciones de vuelo • Operaciones aeroportuarias • Operaciones de hostelería • Gestión de la propiedad y los recursos 	<h4 style="margin: 0;">Gestión de clientes, huéspedes y viajeros</h4> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia del cliente • Procesamiento de pasajeros • Reservas corporativas y deber de asistencia • Fidelización y premios
--	---	---	---	--

GRI 2-6

Para las aerolíneas, por ejemplo, esto supone una mejora de su capacidad de procesamiento de pasajeros. Hemos diseñado soluciones para garantizar que cada vuelo despegue a tiempo, que cada maleta sea supervisada y que cada problema se solvete con la mayor eficiencia posible.

Para las corporaciones, esto significa dotar al personal de mejores soluciones 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 corporativos a gestionar la información de viajes y a tomar decisiones estratégicas sobre viajes.

➤ Para más información, consulte “Corporaciones / Cytric Easy”, pág. 55.

Proporcionamos 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 al objeto 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 redonda en que los viajeros disfruten de algo más que una gran experiencia de viaje: el suyo es un viaje diseñado para satisfacer sus preferencias, necesidades y expectativas particulares.

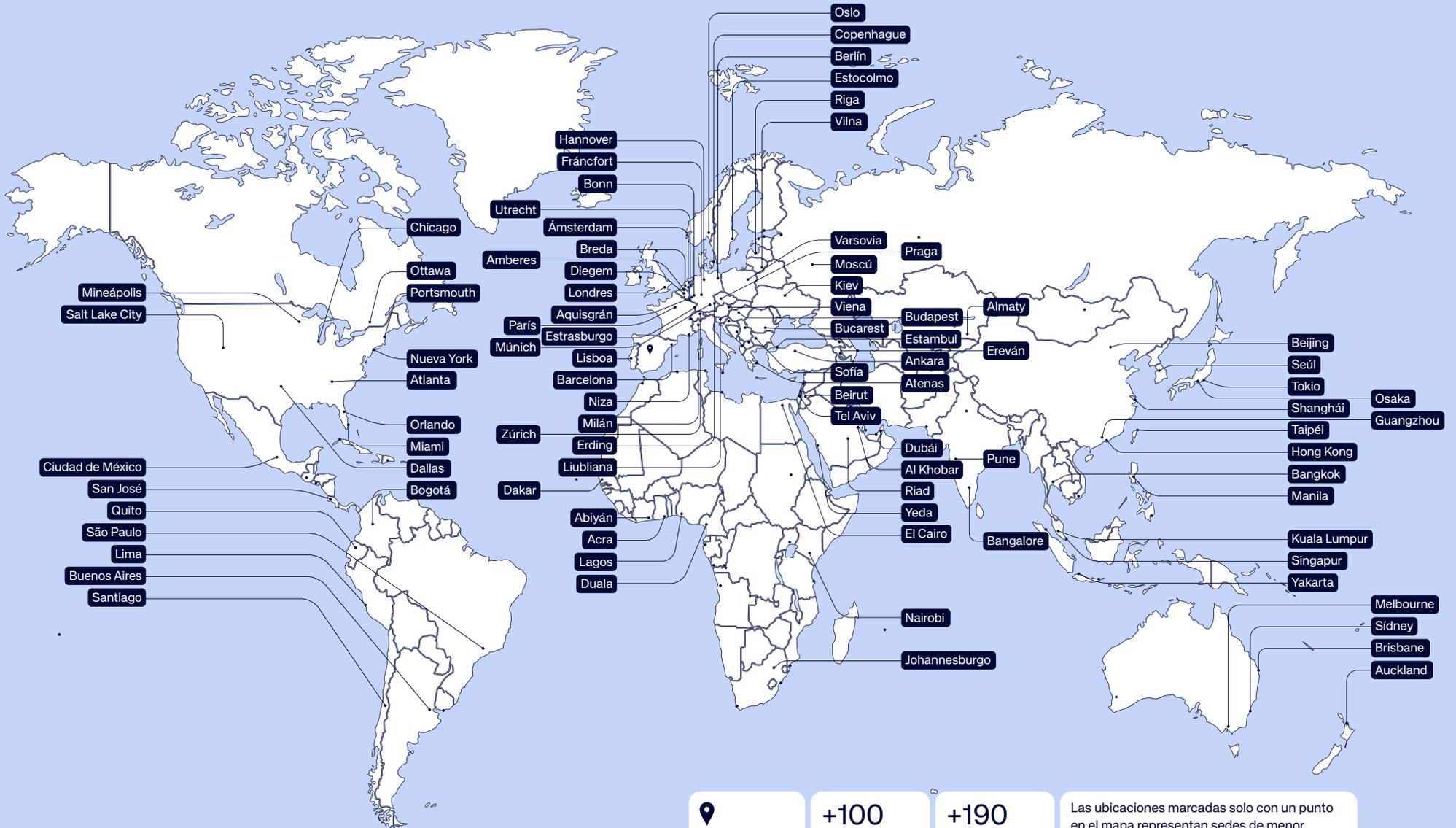
➤ Para más información, consulte “Hoteles”, pág. 75.

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



GRI 2-1

Presencia de Amadeus en el mundo



 Sede principal Madrid	+100 oficinas en todo el mundo	+190 mercados	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.
--	--	-------------------------	---

GRI 2-6

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.

Nuestros clientes



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 reforzando 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 aumentado 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 *travel intelligence* 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.

Seguimos diversificando 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. En enero de 2024 anunciamos un acuerdo para adquirir Vision-Box. De hecho, a lo largo de nuestra historia, la inversión en I+D ha estado íntimamente asociada a la cultura de nuestra empresa.

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 se disfruta de la estancia 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. Para ello, utilizamos nuevas estructuras y sistemas para catalizar la cooperación entre equipos, funciones y territorios, tanto dentro de Amadeus como con nuestros clientes.

Reconocimientos y premios

<p>Mejores empresas del mundo 2023 Time</p> 	<p>Líder en diversidad 2023 Financial Times</p> 	<p>Mejor empresa empleadora de Europa Top Employer Institute</p> 	<p>Mejor empresa empleadora Top Employer Institute</p>  <p>Certificado en Alemania, Bulgaria, España, Francia, India, Polonia, Reino Unido y Turquía.</p>	<p>Great Place to Work</p>  <p>Certificado en Argentina, Australia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Filipinas, India, México, Singapur y Tailandia.</p>
<p>Dow Jones 12.º año consecutivo</p> <p>Member of Dow Jones Sustainability Indices Powered by the S&P Global CSA</p>	<p>Sustainalytics</p> 	<p>CDP</p> 		

Comité Ejecutivo de Dirección de Amadeus



Wolfgang Krips

Senior Vice President,
Corporate Strategy

Ana Doval de las Heras

Senior Vice President,
People & Culture

Luis Maroto

Consejero Delegado

Sylvain Roy

Chief Technology Officer,
Senior Vice President, Global
Technology and Cloud Platform

Decius Valmorbida

Senior Vice President,
Travel Unit

Till Streichert

Chief Financial Officer

Francisco Pérez-Lozao

Senior Vice President,
Hospitality

Jackson Pek

Senior Vice President,
General Counsel