

RESULTADOS OPERATIVOS DE ACTIVIDAD 2005

SAVIA Amadeus incrementa un 6% las reservas y alcanza las 8.671 agencias de viajes usuarias

El 8,2% de las reservas aéreas fueron realizadas a través de agencias on line

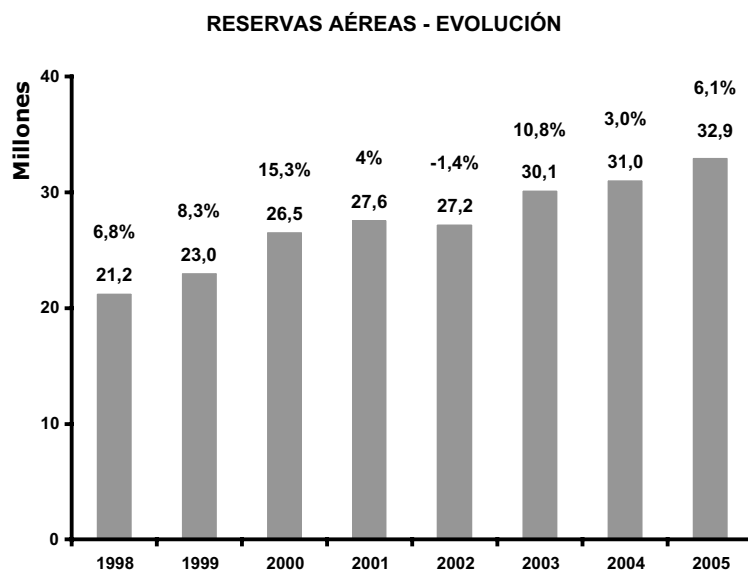
La compañía suma 620 nuevas agencias de viajes conectadas a su red de distribución, un 7,7% más

Madrid, 18 de enero de 2006-. SAVIA Amadeus, filial de Amadeus en España, líder en la distribución de productos turísticos en nuestro país y proveedor de tecnología para el sector del viaje, realizó un total de 33,9 millones de reservas en 2005, lo que representa un incremento del 6,3% respecto al año anterior. En cuanto al número de agencias de viajes conectadas a su red y usuarias del sistema de reservas, SAVIA Amadeus ha experimentado un crecimiento anual del 7,7%, situándose en 8.671 el total a cierre de 2005.

Felipe González Abad, director general de SAVIA Amadeus, explica: "El haber obtenido un incremento por encima del 6% en el ejercicio 2005 es para nosotros una gran satisfacción, puesto que hemos doblado nuestras primeras previsiones del 3%. Este éxito se debe a dos factores fundamentales: por un lado, al mayor peso que adquieren las agencias de viajes online, que experimentan un crecimiento del 132% en volumen de reservas; y, por otra parte, al crecimiento del mercado de agencias de viajes en España, puesto que se han incorporado 620 nuevas oficinas al sistema Amadeus durante el año 2005. Son cifras que vienen a confirmar que la intermediación sigue ganando enteros en el sector turístico".

Reservas aéreas: tradicionales y online

El total de reservas aéreas realizadas, el principal producto turístico que se distribuye a través de GDS, fue de 32,9 millones, un 6,15% más con respecto a los 31,0 millones registrados a cierre de 2004. Este dato representa el 91,14%¹ de la cuota de mercado en España.

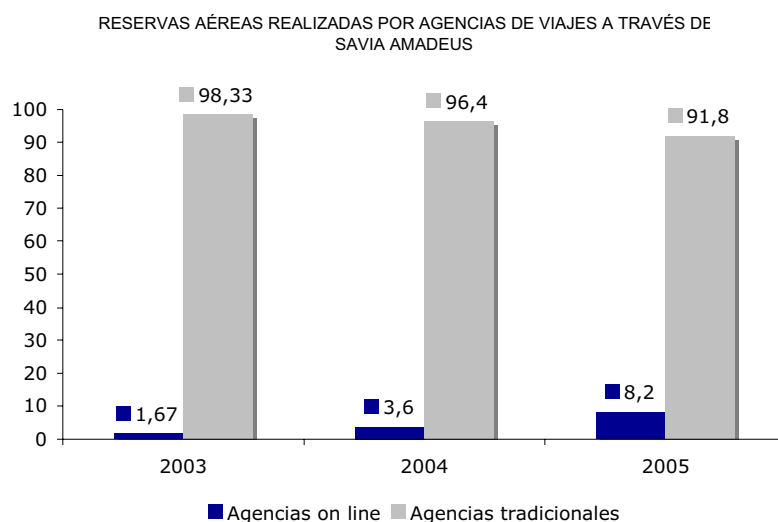


¹ Cuota de mercado en reservas aéreas realizadas a través de agencias de viajes. Fuente de la industria: MIDT (Marketing Information Data Tapes).

De este de total de reservas aéreas, el 8,2% fueron online. Esta cifra representa las efectuadas a través de las agencias de viajes online que utilizan la tecnología Amadeus en España. Actualmente son cerca de 100 portales, entre los que figuran Rumbo, eDreams, Lastminute, TerminalA, Viajes Iberia y Viajes El Corte Inglés, que se encuentran entre las principales agencias online en cuanto al volumen de reservas realizado con esta tecnología. El peso de este segmento de negocio se ha más que duplicado si se compara con el peso del 3,6% obtenido el pasado año.

En cifras absolutas, las reservas aéreas online registradas fueron 2,7 millones, lo que supone un crecimiento del 131% y que se mantiene en línea con el incremento del 132,5% registrado en 2004. La cuota de mercado de SAVIA Amadeus en cuanto a reservas aéreas efectuadas a través de agencias online es de un 78%.

González Abad pone de manifiesto el hecho de que también en el mercado online, la mayoría de agencias haya elegido Amadeus como pataforma tecnológica sobre la que desarrollar su negocio. *“Nuestra cuota de mercado online se sitúa en la actualidad cerca del 80% gracias a nuestros acuerdos con líderes del sector como Rumbo, eDreams, Lastminute o TerminalA. Esta última, con quien firmamos acuerdo a mediados de año, supera el 10% del mercado por Internet en sus primeros meses de vida. Nuestras expectativas son positivas para el ejercicio 2006, en el que esperamos alcanzar una cuota de mercado superior al 90% que nos sitúe en cifras similares a las que manejamos en el mercado tradicional”.*



Hotel y coche:

En cuanto al número de reservas de hotel y de coche procesadas a través del sistema, fueron 626.145 y 409.691 respectivamente, lo que representa unos incrementos del 13,39% en hoteles y de un 11,56% en alquiler de coches. En referencia a estos crecimientos, Felipe González Abad indica: *“Vamos a seguir destinando esfuerzos para incrementar la penetración de este tipo de reservas a través del sistema, centrándonos principalmente en la inclusión de oferta atractiva para las agencias, como nuestro reciente acuerdo con Transhotel, así como a desarrollar nuevas funcionalidades que mejoren la eficacia de los procesos de reserva y que favorezcan la inclusión de las tarifas más competitivas de los proveedores, como el acuerdo firmado con Sol Meliá”.*

Desglose por tipo de reservas

	2004	2005	% variación
Total reservas	31.928.602	33.951.654	6,33%
Aéreas (incluyendo reservas efectuadas a través de agencias on line)	31.008.902	32.915.548	6,15%
Hoteleras	552.464	626.415	13,39%
Alquiler coches	367.236	409.691	11,56%

Además, durante 2005 las agencias de viajes emitieron 5.947.456 billetes de RENFE a través del sistema Amadeus, lo que representa un incremento del 5,3% respecto al año anterior.

Agencias de viajes

A lo largo de 2005, se conectaron a la red de distribución de SAVIA Amadeus 620 nuevas agencias de viajes, un 7,7% más, crecimiento en línea con el registrado el pasado año. La cuota de mercado de la compañía en este parámetro de actividad se situaba a cierre del ejercicio en el 92,57%, lo que representa un ligero incremento de 0,74 puntos porcentuales. Actualmente son un total de 8.671 agencias de viajes españolas las conectadas a la red de SAVIA Amadeus.

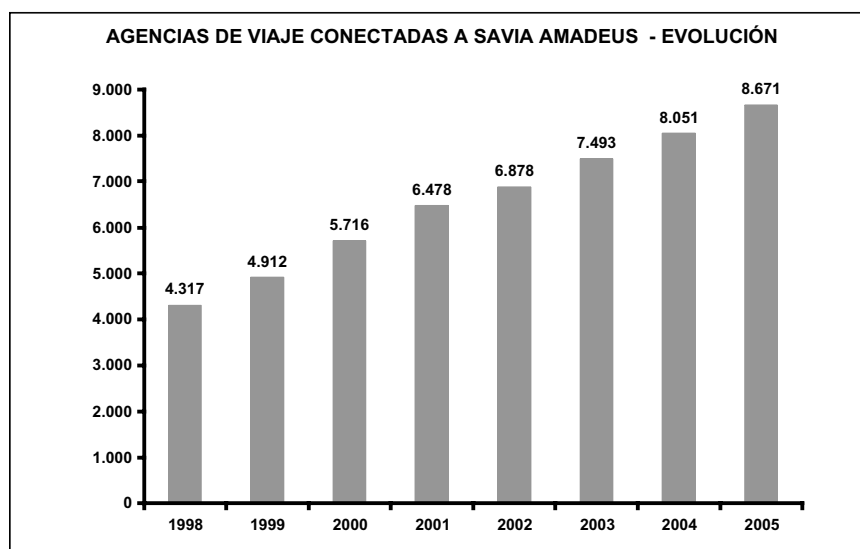
En palabras de Felipe González Abad: “Una vez más estas cifras confirman la salud de la intermediación en España. Siguen abriéndose agencias de viaje y nosotros crecemos de forma paralela, ayudándoles en el desarrollo de su negocio”. De igual modo, González Abad explicó que la estructura del mercado de agencias apenas ha experimentado variaciones, de modo que grandes cadenas y pymes representan cada una un 50%. “El mercado español continúa resistiéndose a los procesos de consolidación que se produjeron en otros países europeos hace unos años”, explica.

A 31 de diciembre de 2005, SAVIA Amadeus contaba con más de 25.800 terminales conectados a su sistema, un 8,5% más con respecto al año anterior. El número de impresoras instaladas en las agencias para la emisión de la documentación del viaje creció un 7,5%, hasta alcanzar las 7.851. *“Tenemos una de las redes de distribución más eficientes y eficaces que existen en Europa”, afirma González Abad.*

Detalle de agencias de viajes y equipos

	2004	2005	% Variación
Agencias de viajes (puntos de venta)	8.051	8.671	7,7%
Terminales	23.806	25.835	8,5%
Impresoras	7.305	7.851	7,5%

El siguiente gráfico ilustra la evolución desde 1998 del número de agencias o puntos de venta que utilizan la tecnología de SAVIA Amadeus. El crecimiento del 7,7% en agencias sigue en línea con la media de crecimiento de los últimos cinco años.



Servicios al mercado español - estrategia

La estrategia de SAVIA Amadeus es seguir mejorando los niveles de eficiencia en la comercialización de productos de viaje del mercado español, atendiendo a las demandas emergentes de los agentes que en él operan y especialmente de las agencias de viajes. La compañía seguirá diversificando su negocio hacia la provisión tecnológica y dedicando esfuerzos al aprovechamiento de la red de SAVIA Amadeus para dar más servicios. En este sentido:

- Se continuará con la implantación del servicio de Voz en IP (VoIP - Amadeus Voice Services), es decir, ofrecer a las agencias la posibilidad de realizar llamadas a través de la red de comunicaciones de SAVIA Amadeus. La principal ventaja de este servicio es la reducción de costes de comunicaciones. La compañía estima que este servicio supone un ahorro medio de un 20% o 25% gracias a una estructura de precios competitiva.

SAVIA Amadeus continuará poniendo a disposición de la industria la que es una de las redes de comunicaciones más capilarizadas y avanzadas de Europa, cuya configuración e infraestructura garantiza al agente de viajes una absoluta estabilidad y una capacidad idónea para implantar nuevas formas de generar ingresos. Según explica González Abad: *“Siempre hemos sido pioneros en ofrecer servicios de tecnología punta al sector. Ofrecemos servicios innovadores en la industria del viaje y, gracias a nuestra capacidad, conseguimos que las agencias se beneficien de economías inducidas por la tecnología”*

- Continuar con la diversificación hacia segmentos diferentes al producto aéreo, especialmente hoteles y alquiler de coches. En este sentido, el objetivo es desarrollar nuevos acuerdos con proveedores locales e incorporar nuevos servicios y funcionalidades que ayuden a las agencias en sus tareas diarias. En línea con este planteamiento, la compañía firmó el pasado año acuerdos con Sol Meliá, que contrató el mayor nivel de acceso al sistema Amadeus y con la mayorista hotelera Transhotel.
- La aportación de mayor contenido al sistema de reservas Amadeus con la oferta de proveedores emergentes y de mayor interés para las agencias, especialmente en cuanto a productos aéreos de bajo coste y al billete electrónico. De igual modo, en línea con esta estrategia el pasado año se comenzaron a distribuir las tarifas de Iberia.com y recientemente de Vueling. Además, gracias a la inclusión de Air Europa y Air Madrid, SAVIA Amadeus ofrece cobertura de billete electrónico para la práctica totalidad de aerolíneas españolas.

Perspectivas y situación del sector en España

Con respecto al negocio de SAVIA Amadeus, González Abad explica: *“A la vista de los resultados registrados al cierre del pasado año y atendiendo a la evolución del mercado español en su conjunto, estimamos un crecimiento de nuestra demanda moderado en torno al 3%, motivado en gran parte por la gran competitividad entre proveedores y el auge de las contrataciones a través de agencias online”*.

De igual modo, en relación a la industria del viaje en España, hace las siguientes reflexiones:

“El nivel de madurez al que ha llegado el turismo en España y la sobreoferta existente en nuestro país entraña un riesgo de reducción de márgenes unitarios que al final pueden repercutir en el deterioro del valor del producto turístico. Al analizar las cifras que arroja el sector, no debemos confundir volumen de entradas con rentabilidad.

El recurso turístico español es un bien escaso y sus posibilidades se aprovechan realmente cuando se enmarcan dentro de estrategias que apuestan por el margen, la calidad y la sostenibilidad.

Destacamos la conveniencia de un replanteamiento de las estrategias y de una reconversión en el sector español tendente al impulso de la calidad y la diferenciación, que atraiga mercados de mayor margen e impulse un sector turístico más eficaz, más competitivo, más rentable y generador de más empleo más especializado.

Es muy importante que todas las acciones de promoción turística tengan un denominador común y compartan un mismo mensaje. En este sentido creo que otra gran apuesta del sector debe ser la homogenización de la marca turística”.

Notas a redactores

SAVIA Amadeus

SAVIA Amadeus es la Compañía Nacional de Marketing (NMC) de Amadeus en España y Portugal. Su actividad principal es la comercialización y adaptación local del Sistema Amadeus y sus productos, el desarrollo y distribución de productos y servicios locales, así como la asistencia y provisión a las agencias de viajes en infraestructura tecnológica, formación, consultoría y servicio al cliente.

En el año 2005, SAVIA Amadeus generó más de 33,9 millones de reservas. Actualmente cuenta con más de 8.671 puntos de venta, 25.800 terminales conectados a su red de comunicaciones y más de 7.850 impresoras.

SAVIA Amadeus es Premio Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial en la categoría de Empresa Turística.

Para más información póngase en contacto con:

Grupo Albión
Loli Santamaría/Sofía García
Tel: 91 531 23 88
Fax: 91 521 81 87
Email:
lsantamaria@grupoalbion.net
sgarcia@grupoalbion.net

SAVIA Amadeus
Natalia Huidobro
Tel: 91 329 86 43
Fax: 91 329 86 19
Email:
nhuidobro@savia.es