
SAVIA AMADEUS INCREMENTA UN 3,4% LAS RESERVAS Y SUPERA LAS 8.000 AGENCIAS DE VIAJE CONECTADAS

- **El 3,6% de las reservas fueron realizadas a través de agencias de viajes online**
- **Las reservas de hoteles crecen un 20% y las de coches un 14%**
- **La compañía ofrecerá a las agencias servicios de Voz en IP y TPVs neutrales para el cobro con tarjeta**

Madrid, 20 de enero de 2005.- SAVIA Amadeus, compañía nacional de marketing de Amadeus en España y líder nacional en distribución de reservas turísticas, procesó 31,9 millones de reservas en 2004, lo que representa un incremento del 3,4% respecto al año anterior. En cuanto al número de agencias de viaje conectadas a su red, SAVIA Amadeus ha experimentado un crecimiento anual del 7,4%, situándose en 8.051 el total de agencias clientes a cierre de 2004.

El total de reservas aéreas realizadas, el principal producto turístico que se distribuye a través de GDS, fue de 31.008.602, un 3% más con respecto a las 30.100.045 registradas a cierre de 2003. Este dato representa el 93,4% de la cuota de mercado, lo que refleja el mantenimiento de la posición de SAVIA Amadeus en este concepto.

En cuanto al número de reservas de hotel y de coche procesadas a través del sistema, fueron 552.464 y 459.225 respectivamente, lo que representa unos incrementos del 20,3% en hoteles y de un 14% en alquiler de coches. Para Felipe González Abad, director general de SAVIA Amadeus, "tanto el producto hotelero como el rent a car a través de GDS todavía dispone de mucho recorrido de crecimiento. La reserva de este tipo de soluciones a través del sistema podría suponer una mejora significativa en la eficiencia del proceso de reserva y en el ahorro en comunicaciones y tiempo de la agencia, que aún no aprovecha todas las ventajas que suponen estas herramientas".

Del total de reservas, un 3,6% fueron reservas on line, es decir, efectuadas a través de las agencias de viajes on line que utilizan la tecnología de Amadeus en España. Entre ellas figuran firmas como ebookers, edreams, El Corte Inglés, Despegar, lastminute o Rumbo. En cifras absolutas, estas reservas on line son 1.170.878, lo que representa un significativo crecimiento del 132,5% con respecto a las 503.592 reservas on line efectuadas en 2003.

González Abad afirma: "el mercado on line está creciendo de forma significativa, aunque los niveles son aún bajos si se comparan con el canal tradicional. En este sentido, SAVIA Amadeus está realizando importantes esfuerzos para atender y estar presente en todas las iniciativas de comercio electrónico en nuestro país. En estos momentos tenemos a más de 100 portales de viajes que cuentan con SAVIA Amadeus como proveedor tecnológico, utilizando nuestras soluciones e-travel para el acceso al sistema de reservas. Fuimos pioneros en soluciones innovadoras de comercio electrónico y seguimos aportando soluciones abiertas, como centros comerciales virtuales, de las que tanto nuevos proveedores como instituciones públicas o privadas podrían beneficiarse".

Según estimaciones efectuadas por SAVIA Amadeus, el valor del producto turístico intermediado por sus agencias de viaje clientes se situó en torno a los 7.100 millones de euros en 2004.

Desglose por tipo de reservas

	2003	2004	% variación
Total reservas	30.881.325	31.928.602	3,40%
Aéreas (incluyendo reservas de agencias online)	30.100.045	31.008.902	3,02%
Hoteleras	459.225	552.464	20,30%
Alquiler coches	322.055	367.236	14,03%

Agencias de viaje

A lo largo de 2004, se conectaron a la red de distribución de SAVIA Amadeus 558 nuevas agencias de viaje, un 7,4% más. Del mismo modo, la compañía elevó en 1,57 puntos porcentuales su cuota de mercado, situando en el 91,83% el volumen de agencias españolas conectadas a su red de distribución.

Felipe González Abad, director general de SAVIA Amadeus, comenta en relación a estos parámetros registrados que “a pesar de la continua corriente de opinión sobre la desaparición de la intermediación y de las agencias de viajes, las cifras nos muestran que siguen abriéndose agencias, que es un negocio rentable y que aportan un gran valor al cliente final. Además, la situación de competitividad en la que están inmersos los proveedores de servicios les está repercutiendo positivamente ya que se está incrementando el volumen de reservas con unos ingresos superiores a los anteriores por comisiones, gracias a la nueva figura del *service fee*”.

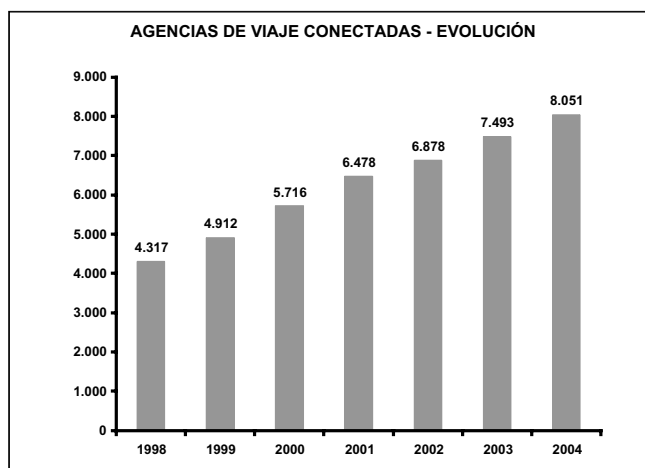
A 31 de diciembre de 2004, SAVIA Amadeus contaba con más de 23.800 terminales conectados a su sistema, un 9,4% más con respecto al año anterior. El número de impresoras instaladas en las agencias para la emisión de la documentación del viaje creció un 3,5%, hasta alcanzar las 7.305.

En palabras de Felipe González Abad, “la red privada virtual de SAVIA Amadeus, una de las más avanzadas tecnológicamente del mundo, conecta a más de 24.000 vendedores a coste variable en toda España, lo que representa una gran oportunidad de negocio, tanto para proveedores que quieran volcar sus contenidos, como para las agencias, que pueden aprovecharse de toda la tecnología que SAVIA Amadeus pone a su disposición para el incremento de ingresos y ahorro de costes”.

Detalle de agencias de viaje y equipos

	2003	2004	% Variación
Agencias de viaje (puntos de venta)	7.493	8.051	7,45%
Terminales	21.749	23.806	9,46%
Impresoras	7.058	7.305	3,50%

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 7,4% en agencias sigue en línea con la media de crecimiento de los últimos cinco años.



Situación del sector en España y perspectivas

Felipe González Abad, en relación a la industria del viaje en España, hace las siguientes reflexiones:

“Nos encontramos en un momento de estabilidad frente a los periodos de alto crecimiento registrados en los últimos años. Bajo este contexto, estimamos un incremento de la demanda moderado”.

“El turismo emisor es un claro reflejo de la situación económica del país. Por este motivo podemos prever que el sector español del viaje crecerá en función del crecimiento global de la economía”.

“Estamos asistiendo a una intensificación de las guerras de precios en la mayoría de los componentes del producto turístico, aunque protagonizada especialmente en el segmento aéreo, fruto del entorno de mayor competitividad que empuja a los proveedores a la reducción de tarifas. Sin embargo, estas campañas de precios podrían ir en detrimento de la industria a medio y largo plazo. Los costes estructurales que existen en España no permiten una reducción continuada y agresiva de los precios y algunas de las prácticas acabarán siendo insostenibles”. “No creo que el mercado esté demandando, por ejemplo, viajes aéreos a 1 euro. Las guerras de precios están provocando tensiones que son innecesarias en el mercado”.

“No obstante, parece que la salud del sector turístico español es satisfactoria, aunque la percepción de algunos agentes difiera. Estamos en un mercado que ha alcanzado la madurez y que podría exigir un replanteamiento de las estrategias que mejoren los márgenes, centrando la gestión en los ingresos”.

“Bajo este contexto, podría tener sentido pensar en la conveniencia de una cierta reconversión en el sector español tendente al desarrollo de la calidad y la diferenciación que atrajera mercados de mayor margen”.

“La apuesta común del sector debe encaminarse hacia la protección del valor del producto turístico, evitando el deterioro paulatino que provocan aquellas estrategias que se apoyan sólo en el precio”.

Nuevos proyectos para las agencias de viaje

Dentro de su estrategia de identificación y desarrollo de nuevas líneas de negocio para las agencias de viaje, SAVIA Amadeus ha puesto en marcha dos nuevos proyectos, orientados hacia un objetivo clave: contribuir a la mejora de los procesos de trabajo y a la reducción de costes de la agencia aprovechando el potencial y rendimiento de la red de comunicaciones. *“Tenemos una de las redes más capilarizadas y más avanzadas tecnológicamente que puede ser utilizada por los agentes del sector para cubrir nuevas áreas y necesidades en el desarrollo de su negocio”*, afirma

González Abad. Bajo este contexto están en marcha dos proyectos: Voz en IP y Formas de pago mediante TPV neutral.

Voz en IP

La primera de las innovaciones es Voz en IP (VoIP), es decir, ofrecer a las agencias de viaje la posibilidad de realizar llamadas a través de la red comunicaciones de SAVIA Amadeus. Actualmente, a través de esta red circulan los datos de reservas, datos corporativos, aplicaciones, etc. y se provee a las agencias de acceso a Internet. Por este mismo canal estará disponible el servicio de Voz en IP. De esta forma, SAVIA Amadeus se adelanta de nuevo en el mercado ofreciendo tecnología de futuro a sus clientes y contribuyendo a incrementar la penetración del sector turístico en la denominada Sociedad de la Información.

La principal ventaja que se persigue, junto a la integración de servicios, es la reducción de los costes de comunicaciones de la agencia. En este momento, la media de gasto sólo en llamadas se sitúa entre los 350 y los 600 euros mensuales por punto de venta. SAVIA Amadeus prevé que el servicio de Voz en IP supondrá un ahorro medio de un 20 ó 25% gracias a una estructura de precios competitiva.

Formas de pago

El segundo proyecto que SAVIA Amadeus pondrá en marcha consiste en la instalación de TPVs neutrales en los puntos de venta, evitando que las agencias tengan que contar con varios terminales que les permitan hacer coincidir el banco emisor con el banco adquirente y abonar tasas menores. Al mismo tiempo permitirá que cada puesto de trabajo tenga su TPV, lo que agilizará la gestión de cobro y evitará pérdidas de tiempo innecesarias.

Al utilizar la propia red de SAVIA Amadeus para el envío de la información de cobros y pagos, se generarán economías adicionales tanto en establecimiento de llamadas, como en instalación y mantenimiento de las líneas telefónicas actualmente necesarias.

Notas a redactores

SAVIA Amadeus

SAVIA Amadeus es la compañía Nacional de Marketing (NMC) de Amadeus en España. Su actividad principal es la comercialización y adaptación local del Sistema Amadeus y sus productos, el desarrollo y distribución de productos y servicios locales y la asistencia y provisión a las agencias de viaje en infraestructura tecnológica, formación, consultoría y servicio al cliente. En diciembre de 2003 SAVIA Amadeus recibió el Premio Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial en la categoría de Empresa Turística, concedido por los ministerios de Economía y de Ciencia y Tecnología.

En el año 2004, SAVIA Amadeus generó más de 31,9 millones de reservas y sus agencias, a través del sistema Amadeus, intermediaron productos turísticos por valor de 7.100 millones de euros. Actualmente cuenta con más de 8.000 puntos de venta, 23.800 terminales conectados a su red de comunicaciones y más de 7.300 impresoras.

Para más información póngase en contacto con,

Grupo Albión

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

SAVIA Amadeus

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