

## Nota de prensa

### Los ingresos por servicios complementarios de las aerolíneas a nivel mundial se disparan hasta los 32.500 millones de dólares en 2011

*El informe Amadeus Worldwide Estimate of Ancillary Revenue revela que los ingresos por servicios complementarios han aumentado 9.900 millones de dólares en todo el mundo, un 43,8% más*

**Madrid (España) y Shorewood (Wisconsin, Estados Unidos), 19 de octubre de 2011:** Los ingresos por servicios complementarios se han convertido en un elemento clave para generar beneficios en el sector mundial de las aerolíneas. La Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) rebajó drásticamente sus previsiones de beneficios para el sector en 2011 hasta 4.000 millones de dólares y apuntó que las aerolíneas gastarán 10.000 millones más en combustible para aviones durante este año<sup>1</sup>. Los 32.500 millones de dólares captados en concepto de ingresos por la venta de servicios complementarios<sup>2</sup> a nivel mundial en 2011, según estimaciones del nuevo informe de Amadeus e IdeaWorks, han sacado al sector de las aerolíneas de una posición de pérdidas y siguen siendo una cobertura muy efectiva contra las desbordadas facturas de combustible.

A principios de este año, Amadeus y IdeaWorks publicaron un informe sobre los ingresos por servicios complementarios revelados por 47 líneas aéreas en 2010. Estas estadísticas se extrapolaron a un grupo mayor de más de 200 aerolíneas para obtener una previsión verdaderamente internacional de la actividad para 2011. Con el informe **Amadeus Worldwide Estimate of Ancillary Revenue for 2011**, es el segundo año que Amadeus e IdeaWorks asumen la tarea de calcular los ingresos por servicios complementarios del sector a escala mundial.

| Amadeus Worldwide Estimate of Ancillary Revenue           |  |  |                 |
|---|--|--|-----------------|
| Tipo de aerolínea   | Ingresos por servicios complementarios en 2011 | Ingresos por servicios complementarios en 2010 | Aumento en 2011 |
| Principales aerolíneas de EE.UU.                          | 12.500 millones de dólares                     | 6.700 millones de dólares                      | 87%             |
| Aerolíneas de bajo coste                                  | 4.800 millones de dólares                      | 3.600 millones de dólares                      | 33%             |
| Aerolíneas tradicionales                                  | 10.900 millones de dólares                     | 8.500 millones de dólares                      | 28%             |
| Aerolíneas con más ingresos por servicios complementarios | 4.300 millones de dólares                      | 3.800 millones de dólares                      | 13%             |
| <b>Ingresos totales en todo el mundo</b>                  | <b>32.500 millones de dólares</b>              | <b>22.600 millones de dólares</b>              | <b>43,8%</b>    |

*Fuente: Estadísticas de ingresos por servicios complementarios aplicadas por IdeaWorks a los datos de ingresos de cada aerolínea recogidos en el informe Worldwide Airline Report de la edición de julio de 2011 de Air Transport World.*

<sup>1</sup>«Rebaja drástica de las previsiones de beneficios para el sector de las aerolíneas a 4.000 millones de dólares», comunicado de prensa de la IATA con fecha de 6 de junio de 2011.

<sup>2</sup> Conocidos también en la industria como *ancillary services*, los productos o servicios complementarios se refieren a aquellos que derivan en ingresos adicionales para las aerolíneas, diferentes a los procedentes del billete aéreo, tales como el cobro por equipaje adicional, la elección de asiento, etc. Estos servicios están proliferando ampliamente en el sector.

«A medida que los ingresos por servicios complementarios siguen creciendo con rapidez, empezamos a observar ahora un mayor interés en este tipo de ingresos por parte de las aerolíneas de red a escala mundial, las cuales ya han comenzado a implantarlos a través de sistemas de distribución mundial como Amadeus. KLM e Iberia, por ejemplo, acaban de unirse a la lista de aerolíneas tradicionales que han implantado la solución Amadeus Ancillary Services para facilitar la venta de los *ancillary services* a las agencias de viajes. El modelo se centra ahora en servicios que aumentan el alcance del producto ofrecido y refuerzan la marca, en lugar de desagregar el precio del pasaje», afirma Holger Taubmann, *VP Distribution* de Amadeus.

El análisis de IdeaWorks revela grupos (o categorías) naturales de aerolíneas según la capacidad de cada una para generar ingresos por servicios complementarios. Los resultados, expresando la actividad como «porcentaje de los ingresos», asociados a cuatro categorías definidas se aplicaron a una lista mundial de ingresos de explotación publicada por 203 aerolíneas<sup>3</sup>. A continuación se describen las cuatro categorías:

- **Principales aerolíneas por ingresos por servicios complementarios.** Estas aerolíneas son las que más ingresos por servicios complementarios generan expresados como porcentaje de los ingresos totales de explotación. La media de ingresos por servicios complementarios obtenida por este grupo fue de un 19,8%, un ligero incremento comparado con el 19,4% registrado en 2010. En este grupo se encuentran compañías como AirAsia, Aer Lingus, easyJet, Ryanair y Spirit Airlines.
- **Principales aerolíneas estadounidenses.** Las mayores aerolíneas con sede en Estados Unidos generan importantes ingresos por servicios complementarios mediante una combinación de ingresos a través del programa de viajeros frecuentes y de los cargos por equipaje. La media de ingresos por servicios complementarios de este grupo fue un 11,9%, lo que representa un aumento notable con respecto al 7,2% registrado en 2010. Entre estas aerolíneas se encuentran compañías como Alaska, American y United.
- **Aerolíneas de bajo coste.** Tradicionalmente, las aerolíneas de bajo coste de todo el mundo se apoyan en una combinación de comisiones a la carta para generar buenos niveles de ingresos por servicios complementarios. La media obtenida por este grupo fue de un 6,5%, por encima del 5,4% registrado en 2010. En este grupo se encuentran aerolíneas como AirTran, Blue1, IndiGo, Jazeera Airways, Pegasus y Spring Airlines.
- **Aerolíneas tradicionales.** Esta categoría agrupa al mayor número de aerolíneas. Los ingresos por servicios complementarios podrían basarse en cargos relacionados con exceso o sobrepeso de equipaje y en una actividad limitada por parte de los socios de los programas de viajeros frecuentes. La media de ingresos de este grupo se mantuvo en un 2,9%. Entre estas aerolíneas, se encuentran compañías como Air China, Emirates, Finnair, LAN, Qatar Airways y Singapore Airlines.

«Fuera del mercado estadounidense y del segmento mundial de las aerolíneas de bajo coste, las líneas aéreas tienden a elegir un modelo que se ajuste a los estándares del sector, antes que optar por un enfoque personalizado a la hora de desarrollar y desplegar sus servicios complementarios», afirma Julia Sattel, *VP Airline IT* de Amadeus. «Nuestra filosofía consiste en equilibrar la productividad y eficiencia que brindan los estándares del sector con el deseo de algunas aerolíneas de personalizar la forma de empaquetar y vender su producto».

«Sea cual sea el modelo elegido, no hay ninguna duda de que se mantendrá el crecimiento de las ventas de servicios complementarios. El estándar de mensajería electrónica EMD está tomando impulso rápidamente para la tramitación de los servicios complementarios. Según la IATA, actualmente existen 28 aerolíneas en todo el mundo capaces de utilizar la mensajería electrónica EMD, de las cuales 15 utilizan la solución EMD Server de Amadeus y han emitido más de 2,5 millones de mensajes EMD sólo durante este año», añade Julia Sattel.

La categoría que engloba a las principales aerolíneas estadounidenses sigue generando un porcentaje considerable de los ingresos por servicios complementarios de todo el mundo: Sus 12.500 millones de dólares (un peso del 38% sobre el total) fueron producidos únicamente por siete aerolíneas: Alaska Airlines, American, Continental, Delta, Hawaiian, United y US Airways. Este dato

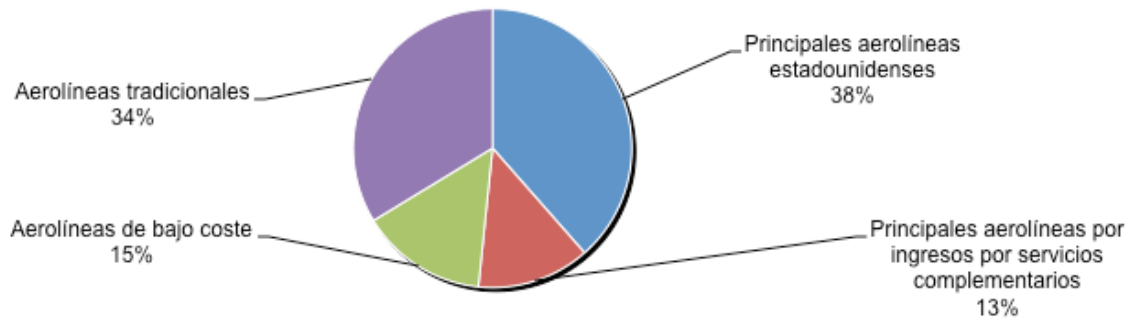
---

<sup>3</sup>Los resultados por ingresos de explotación se obtuvieron del informe World Airline Report de la edición de julio de 2011 de Air Transport World. Para elaborar el informe se utilizaron fuentes adicionales, como datos publicados en los portales de relaciones con inversores de las aerolíneas, para completar la lista de 203 aerolíneas. Se realizaron ajustes para evitar duplicidades de datos en relación con filiales regionales. Las aerolíneas de carga puras, como FedEx y UPS Airlines, no se incluyeron en el análisis.

contrasta con el segundo mayor volumen de ingresos por servicios complementarios (10.900 millones de dólares, un 34% del total) generado por el grupo de las aerolíneas tradicionales, integrado por 140 compañías. Tal y como reflejan estos resultados, las aerolíneas estadounidenses se han adaptado con facilidad a los servicios a la carta, pero se han beneficiado de consumidores muy activos en sus programas de viajeros frecuentes.

### Ingresos por servicios complementarios estimados para 2011

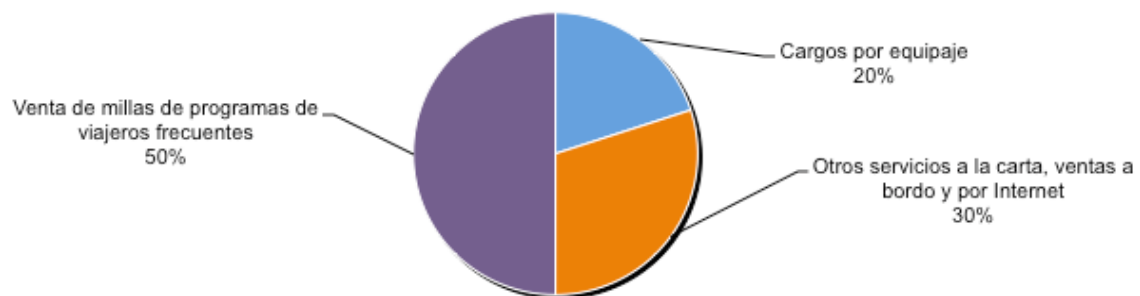
Fuentes por categoría de aerolínea



IdeaWorks considera que la mayoría de los ingresos por servicios complementarios generados por las principales aerolíneas estadounidenses proceden de la venta de millas de viajeros frecuentes, especialmente aquellas relacionadas con las tarjetas de crédito de marca compartida. La actividad financiera supera los 6.500 millones de dólares anuales sólo en Estados Unidos. Los cargos por equipaje de las aerolíneas estadounidenses representan aproximadamente un 20% de sus ingresos por servicios complementarios. El resto de ingresos deriva de un amplio abanico de servicios a la carta y sujetos a comisiones.

### Principales componentes de los ingresos por servicios complementarios

Ejemplo clásico en una principal aerolínea estadounidense



Distribución de ingresos basada en el análisis de los resultados de 2010 publicados por las aerolíneas Alaska, Delta y United/Continental.

Entre otras fuentes de ingresos se encuentran las ventas a bordo de comida, bebida, servicios wifi y reservas de hotel. Asimismo, las aerolíneas ponen a disposición del viajero una selección de servicios cada vez mayor para aumentar su comodidad, como prioridad en el control de seguridad y en el embarque prioritario o selección de asientos al lado de la salida de emergencia.

El perfil de ingresos por servicios complementarios fuera de Estados Unidos es difícil de definir debido a las diferencias entre aerolíneas. La enorme influencia de los ingresos por programas de viajeros frecuentes es más clara en Estados Unidos. No obstante, las principales aerolíneas en otros países como Australia, Brasil o Canadá generan una cantidad importante de ingresos a partir de la venta de millas y puntos a bancos, hoteles, proveedores e incluso de la venta directa a los afiliados a los programas.

Las aerolíneas de Norteamérica comenzaron a potenciar los ingresos por servicios complementarios tras la crisis del petróleo de 2008. Así pues, no sorprende que esta región sea líder en la generación de ingresos por servicios complementarios. IdeaWorks calcula que la región logró un impresionante aumento del 72% sobre el nivel de ingresos estimado para 2010. Los ingresos por servicios

complementarios aumentaron en todo el mundo principalmente impulsados por el aumento del tráfico aéreo y del número de pasajeros a medida que el sector se ha ido recuperando de la recesión de 2009.

| Ingresos por servicios complementarios estimados por regiones |  |  |                 |
|---|--|--|-----------------|
| Región  | Ingresos por servicios complementarios en 2011 | Ingresos por servicios complementarios en 2010 | Aumento en 2011 |
| Norteamérica  | 15.000 millones de dólares                     | 8.700 millones de dólares                      | 72%             |
| África / Oriente Medio  | 1.400 millones de dólares                      | 900 millones de dólares                        | 52%             |
| América Latina / Caribe                                       | 800 millones de dólares                        | 600 millones de dólares                        | 47%             |
| Asia / Pacífico   | 6.300 millones de dólares                      | 4.800 millones de dólares                      | 30%             |
| Europa  | 9.000 millones de dólares                      | 7.600 millones de dólares                      | 18,7%           |

*Fuente: Estadísticas de ingresos por servicios complementarios aplicadas por IdeaWorks a los datos de ingresos de las diferentes aerolíneas recogidos en el informe Worldwide Airline Report de la edición de julio de 2011 de Air Transport World.*

IdeaWorks estima que el 48% del aumento de 9.900 millones de dólares en todo el mundo puede atribuirse al incremento del nivel general de ingresos y pasajeros. Dicho de manera sencilla, un aumento de la base genera un resultado mayor del previsto. El 52% restante se atribuye a aerolíneas que se están centrando cada vez más en generar ingresos por servicios complementarios a través de una información financiera más detallada, mayores esfuerzos en la comercialización, así como la ampliación de la oferta de servicios a la carta.

Los directivos más experimentados de la industria aérea se han dado cuenta de que los ingresos por servicios complementarios no deberían basarse en opciones preestablecidas, sino en ofrecer a los consumidores la opción de personalizar su viaje de acuerdo con su presupuesto. Los consumidores que son tratados de forma justa y que reciben un servicio de valor serán claramente quienes permitan a las aerolíneas beneficiarse de otro buen año de aumento de los ingresos por servicios complementarios en 2012.

Para más información, consulte infografía y *post* sobre cómo los servicios complementarios están transformando el panorama económico para las aerolíneas:

<http://www.amadeus.com/blog/19/10/ancillary-revenue-coming-soon-around-the-world>

**Nota sobre la información de este documento:** IdeaWorks realiza todos los esfuerzos necesarios para garantizar la calidad de la información contenida en este informe. Antes de tomar en consideración esta información, los lectores deberían obtener un asesoramiento profesional adecuado a sus circunstancias particulares. IdeaWorks y Amadeus no pueden garantizar ni asumir responsabilidad legal alguna sobre la exactitud, vigencia o exhaustividad de esta información. Los datos de 2011 han sido expresados únicamente en dólares estadounidenses y las comparaciones con respecto al año anterior no han sido convertidas a euros debido a las importantes fluctuaciones monetarias registradas. Los ingresos expresados en miles de millones de dólares fueron redondeados al centenar de millones de dólares más cercano.

#### Notas a redactores

**Amadeus** es una compañía de referencia en el procesamiento de transacciones y proveedor de soluciones tecnológicas avanzadas para el sector mundial del viaje y el turismo.

Entre los grupos de clientes de la compañía, destacan **proveedores** (aerolíneas, hoteles, compañías ferroviarias, empresas de alquiler de coches, líneas de ferry, etc.), **distribuidores de productos turísticos** (agencias y portales de viajes) y **usuarios de viajes** (empresas y viajeros particulares).

Amadeus aplica un **modelo de negocio basado en el procesamiento de transacciones** y procesó 850 millones de transacciones de viaje facturables en 2010.

Amadeus cuenta con sedes en Madrid (oficinas centrales), Niza (desarrollo) y Erding (operaciones, centro de procesamiento de datos) y delegaciones regionales en Miami, Buenos Aires, Bangkok y Dubái. En lo que a mercados se refiere, Amadeus mantiene relaciones con clientes a través de 73 organizaciones comerciales (ACO, Amadeus Commercial Organisations) que cubren 195 países.

Amadeus cotiza en las bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia bajo el símbolo AMS.MC. En el ejercicio anual cerrado el 31 de diciembre de 2010, la compañía registró unos ingresos de 2.683 millones de euros y un EBITDA de 1.015 millones de

euros. El Grupo Amadeus cuenta con alrededor de 10.000 empleados en todo el mundo y en sus oficinas centrales están representadas 123 nacionalidades.

Para encontrar más información sobre Amadeus, visite [www.amadeus.com](http://www.amadeus.com).

Para visitar el centro de Relaciones con Inversores de Amadeus, vaya a [www.investors.amadeus.com](http://www.investors.amadeus.com).

**Acerca de IdeaWorks:** IdeaWorks se fundó en 1996 como empresa de consultoría que crea marcas a través de la innovación de los productos, las alianzas y el marketing y que potencia los beneficios mediante mejoras financieras y reestructuraciones. Entre sus clientes internacionales se encuentran hoteles, aerolíneas, empresas de transporte marítimo, empresas ferroviarias, fabricantes de productos de consumo y proveedores del sector sanitario. IdeaWorks está especializada en la mejora de los ingresos por servicios complementarios, el desarrollo de marca, los estudios de consumidores, el análisis competitivo, las estrategias de marketing con socios, la detección de consumidores preferentes y los programas de fidelización. Si desea más información, visite [IdeaWorksCompany.com](http://IdeaWorksCompany.com).

#### Datos de contacto

Jay Sorensen  
Para más información: 1-414-961-1939  
Email: Jay "at" IdeaWorksCompany.com

**Amadeus**  
Corporate Communication  
Tel.: +34 91 582 0160  
Fax : +34 91 582 0188  
Email : [mediarelations@amadeus.com](mailto:mediarelations@amadeus.com)

**Grupo Albión**  
Leticia Fajardo  
Sofía García  
Tel.: +34 91 531 23 88  
[lfajardo@grupoalbion.net](mailto:lfajardo@grupoalbion.net)  
[sgarcia@grupoalbion.net](mailto:sgarcia@grupoalbion.net)