

Nota de prensa

La estación de tren del futuro debería contar con áreas más confortables y de relax y permitir pagos con móviles, según los viajeros

- *A través de una encuesta a 7.000 pasajeros de tren de seis países europeos, un estudio de Amadeus revela qué demandan los clientes con respecto a los viajes en tren de alta velocidad y qué servicios deberían tener las estaciones ferroviarias para 2014*
- *El 60% de los encuestados reclama poder reservar con antelación un único billete para los desplazamientos que implican tren y otro transporte; y el 77% elegiría un viaje de largo recorrido en tren antes que un vuelo o el coche si el precio fuese competitivo*
- *Los viajeros españoles consideran que las próximas estaciones de tren también deberían contar con azafatas virtuales o similares; hotel, spa y gimnasio; servicios de conserjería/atención personalizada y una oferta de juegos y otros entretenimientos*

Madrid (España), 17 de noviembre de 2011: Amadeus, proveedor de referencia en soluciones tecnológicas y procesamiento de transacciones para el sector mundial de los viajes y el turismo, y YouGov, empresa líder en estudios de mercado y consultoría, presentan hoy un estudio sobre los viajes en tren y el futuro de las estaciones de ferrocarril. A través de una encuesta realizada a más de 7.000 pasajeros de tren de seis países europeos —Francia, Alemania, Italia, España, Suecia y el Reino Unido—, se analizan las expectativas y preferencias de los viajeros en un momento en el que los trayectos internacionales y de larga distancia en tren de alta velocidad son cada vez más populares y para el que el entorno de liberalización y nuevas infraestructuras auguran un gran crecimiento.

Los resultados revelan interesantes conclusiones para las empresas ferroviarias que buscan modernizar y mejorar la experiencia de sus clientes en torno a cuestiones sobre cómo creen los viajeros que los proveedores ferroviarios podrían proporcionarles un servicio más personalizado, qué esperan encontrar en una estación de tren dentro de tres años o qué factores les impulsarían a coger un tren antes que otro tipo de transporte. La oportunidad para el tren es evidente, ya que el 77% de los encuestados preferiría realizar un trayecto internacional en tren de alta velocidad frente a otros medios de transporte, si el precio fuera competitivo.

Este estudio se enmarca en la iniciativa *La estación del tren del futuro* de Amadeus, un observatorio dedicado a recabar y analizar las inquietudes de los viajeros y los diferentes participantes del sector sobre esta modalidad de transporte y orientar a los proveedores ferroviarios sobre cómo deberían evolucionar sus servicios. De hecho, Amadeus invita a los viajeros o cualquier otro interesado a que vuelquen sus opiniones a través de <http://www.amadeus.com/high-speed-rail-station/index.php?lang=es#> para seguir enriqueciendo los resultados.

A continuación figuran las principales conclusiones para cada una de las preguntas formuladas en la encuesta:

¿Qué les gustaría reservar de antemano cuando compran un trayecto en tren de alta velocidad de largo recorrido?

La consulta pone de relieve el deseo de los encuestados de poder organizar un viaje “sin interrupciones”: Casi el 60% indica que le gustaría poder reservar antes de empezar su viaje «trayectos que conecten trenes y otros medios de transporte», es decir, un sólo billete para todos los tipos de transporte que va a utilizar a lo largo del desplazamiento. Suecia (71%), Alemania (64%) y España (63%) calificaron esta opción por encima de cualquier otro de los servicios propuestos. Los encuestados también señalaron que les gustaría poder reservar con antelación «ocio a bordo o wi-fi» (46% del total), «procedimientos rápidos de facturación y seguridad» (38%) y «hoteles, traslados y seguros de viaje» (37%).

En el caso particular de los españoles, las cinco primeras prioridades manifestadas son, además de poder contar con un único billete para los viajes intermodales (63%), poder reservar con antelación «ocio a bordo o wi-fi (60%)», «hoteles, traslados y seguros de viaje (56%)», «procedimientos rápidos de facturación y

seguridad» (52%) y «packs de comodidad o descanso» (46%), como una manta o una determinada almohada. Le siguen en esta lista de preferencias la posibilidad de reservar un «menú o snack» (31%); «servicios en el lugar de destino» (30%), como visitas guiadas o entradas a un espectáculo; o un «vagón adaptado a sus necesidades» (29%), por ejemplo, con zona para niños, de reunión, de descanso o con business center.

¿Qué información desea que la empresa ferroviaria conozca de usted?

Esta cuestión aborda la importancia de que el proveedor conozca al cliente para mejorar su experiencia de viaje. Más de la mitad de los encuestados (52%) indica el deseo de que los proveedores de tren conozcan sus preferencias respecto «a la ubicación y localización de su asiento». Suecia (62%), Alemania (54%) y Reino Unido (53%) apuntaron esta opción por encima de cualquier otra de las propuestas. Otras informaciones clave que deberían conocer los proveedores sobre los pasajeros son el «itinerario completo del viaje» (46%), es decir, las conexiones aéreas, el alojamiento o el coche de alquiler que pudiese tener, así como las «preferencias tecnológicas» (39%), como wi-fi, pantalla en el respaldo del asiento de atrás con información del viaje, etc.

En su caso particular, los españoles dan importancia a que la empresa ferroviaria conozca de ellos el «itinerario completo de viaje» (62%); «la ubicación y localización de su asiento» (53%); sus «preferencias de entretenimiento» (50%), como películas o juegos multimedia; o sus «preferencias tecnológicas» (47%). Aunque manifestadas en menor proporción, también les gustaría que supiesen sus «requerimientos de salud» (42%) o «requerimientos de dieta» (37%).

¿Qué esperan encontrarse en una estación internacional de tren en los próximos tres años?

A través de esta cuestión se ponen de relieve las características y servicios que debería reunir la estación de tren del futuro para dar respuesta a las demandas de los viajeros. Más del 70% de los encuestados espera que en una estación internacional de tren en el año 2014 haya áreas de «relax y asientos más cómodos». Esta demanda es apuntada en todos los países por encima de cualquier otra de las propuestas. Por otra parte, dos quintas partes eligen como el segundo servicio más deseado el de «pagos a través de móvil» (40%), para evitar pagos en efectivo o con tarjeta, seguido del «servicio de conserjería/atención personalizada», particularmente popular entre los italianos (41%).

Para los españoles en concreto, la disposición de «áreas de relax y asientos más cómodos» es la respuesta más compartida (74%), coincidiendo con la media general del estudio. Le siguen la existencia de «servicios automatizados de servicio al cliente» (38%), como azafatas virtuales; posibilidad de efectuar «pagos a través de móvil» (37%). En torno a un tercio de los españoles concuerda en que en la estación debería disponer de «hotel, spa y gimnasio», «servicios de «conserjería/atención personalizada» y «oferta de juegos y otros entretenimientos». Este último aspecto es resaltado especialmente por los españoles, frente a una minoría de alemanes (7%) y de británicos y suecos (ambos 15%). Un cuarto de los españoles encuestados también coincide en que haya «tiendas y boutiques de lujo».

En tres años, ¿qué provocaría que un viajero eligiese un trayecto internacional de larga distancia en tren de alta velocidad en lugar de volar o conducir para llegar a su destino?

Sobre este aspecto, determinante para valorar el potencial del tren en los próximos años, el 77% de los viajeros encuestados señala que «un precio competitivo» sería el factor que les empuje a elegir entre un trayecto internacional de largo recorrido en tren de alta velocidad frente al avión o al viaje en coche. Los entrevistados también elegirían estos trayectos en tren frente a otras modalidades de transporte si fuese «una experiencia más cómoda y agradable» (52%), hubiera «menos riesgo de interrupción o cancelación» (51%) y si hubiera «conexiones fluidas a otros servicios hasta el destino final» (46%), por ejemplo, enlaces con coches de alquiler o con vuelos.

Para los españoles, los cuatro principales criterios manifestados coinciden con los de la media general del estudio, si bien el «precio competitivo» y «una experiencia más cómoda y agradable» tienen mayor peso relativo en el país frente al total de la muestra (81% y 58% de los españoles, respectivamente).

En relación al estudio, **Thomas Drexler, Head of Amadeus Rail**, comenta: «El renacimiento del tren ya está en marcha. Los próximos tres años seremos testigos de la transformación de este tipo de transporte a medida que se vaya consolidando como una forma real de viaje internacional de alta velocidad. Los resultados de la encuesta desvelan aspectos sobre lo que los usuarios demandarán de las compañías

ferroviarias en el futuro en su misión de que el tren se convierta en una opción real para los desplazamientos transfronterizos. El reto siguiente es ofrecer una experiencia completa de viaje basada en el conocimiento de las necesidades y expectativas del viajero del mañana y esta encuesta nos sitúa un poco más cerca de poder abordar ese desafío».

Adicionalmente y a modo de curiosidad, se preguntó a la muestra con qué famoso les gustaría más coincidir en un viaje internacional en tren. El personaje popular más nombrado por los encuestados en el Reino Unido fue Stephen Fry; George Clooney fue el más nombrado entre los encuestados franceses y españoles y Raoul Bova, el gran favorito entre los italianos. No obstante, la celebridades dejaron hueco a los políticos en Suecia y Alemania, donde la mayoría declaró preferir como compañero de asiento a Barack Obama y a Angela Merkel, respectivamente.

Para los españoles, otras celebridades escogidas como compañeros de asiento fueron Eduard Punset, Antonio Banderas, Brad Pitt, Angelina Jolie, Rafa Nadal o Shakira.

Notas a redactores

Sobre el estudio:

YouGov realizó el estudio bajo encargo de Amadeus. Las encuestas fueron online y el trabajo de campo se realizó entre el 1 y el 9 de julio de 2011. Se eligió una muestra nacional representativa de mayores de 18 años en Reino Unido (2.050), Alemania (1.082), España (1.005), Francia (1.014), Italia (1.008) y Suecia (1.000).

Sobre Amadeus:

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. Los resultados del ejercicio anual concluido el 31 de diciembre de 2010 registraron 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.

Datos de contacto

Amadeus
Corporate Communication
Tel.: +34 91 582 0160
Fax: +34 91 582 0188
E-mail: mediarelations@amadeus.com

Grupo Albión
Sofía García
Leticia Fajardo
Tel.: +34 91 531 23 88
Fax: +34 91 521 81 87
Email: sgarcia@grupoalbion.net
lfajardo@grupoalbion.net