



Amadeus España: un balance positivo

La empresa hizo públicos, días antes de la inauguración de Fitur, unos datos más que satisfactorios: frente al 3% de crecimiento previsto para el pasado ejercicio Amadeus España alcanzó casi un 5%



Tres datos relevantes

Según Paul de Villiers, director general de Amadeus España, “tres son los datos más relevantes que se desprenden de las cifras obtenidas: **se mantiene el crecimiento en el número de reservas, se consolida la relevancia de las agencias de viajes que operan a través de Internet y persiste el aumento del número de agencias de calle**”.

En 2006 la empresa aumentó el número de reservas aéreas en un 4,83%, las hoteleras en un 9,87% y las de alquiler de coches en un 6,88%. Los acuerdos alcanzados con numerosas cadenas hoteleras para su participación en el programa BAR (mejor tarifa disponible) y la incorporación del bono electrónico de coches, disponible con cuatro grandes compañías del mercado español –Avis, Europcar, Hertz y National Atesa– son algunas de las razones que han motivado esta creciente confianza en las herramientas de Amadeus.

El éxito de lo virtual

De los 34,5 millones de reservas aéreas realizadas en 2006 un 14,1% fueron *online*. En cifras absolutas, las reservas aéreas *online* crecieron un 85%. A cierre de 2006 la cuota de mercado de Amadeus España en reservas aéreas *online* era del 83,22% “gracias a los acuerdos alcanzados con líderes del sector como Terminal A y Viajar.com”, afirma Villiers.

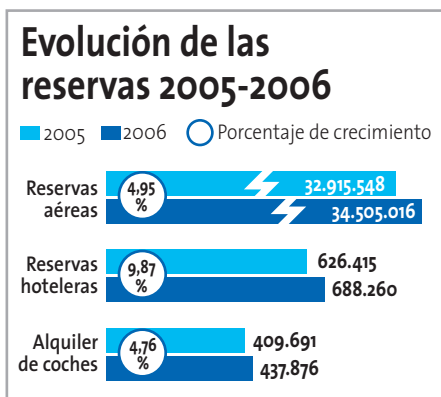
➔ **78 aerolíneas tienen disponibles sus billetes electrónicos con Amadeus España.**

Hitos del pasado año

Entre los objetivos alcanzados cabe destacar los acuerdos alcanzados con Vueling y Viajar.com, la presentación de la nueva plataforma Amadeus Selling Platform y el bono electrónico de coches. Amadeus España estrenó nuevo director –Paul de Villiers– y el nº de agencias de viajes conectadas a la red de la empresa aumentó en 413, alcanzando las 9.048 y los 27.875 terminales de venta. Villiers destacó este aumento (un 4,8% en el nº de agencias y de un 7,73% en el de terminales).

LAS METAS DE 2007

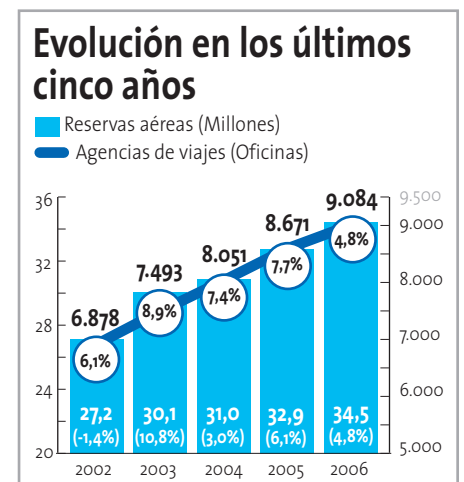
- Implantación total de Amadeus Selling Platform.
- Reforzar la tecnificación y la capacidad de la red de comunicaciones.
- Mejora del servicio de atención al cliente, dotándolo de más personal y ampliando el horario.
- Consolidar la posición de Amadeus como proveedor de las agencias que operan en Internet.



Fuente: Amadeus España



Fuente: Amadeus España



Fuente: Amadeus España