

Mirando al futuro

PAUL DE VILLIERS _ Director General de Amadeus España

El pasado 22 de octubre, Amadeus cumplió sus primeros 20 años de vida. Dos décadas de actividad incesante que le han llevado a ser, no sólo el sistema de distribución de reservas más importante del mundo, sino también uno de los más relevantes proveedores de soluciones tecnológicas para la industria de los viajes.

sus puntos de venta de manera notable, están experimentando un menor crecimiento. Un fenómeno al que se une la creciente concentración de agencias en grandes cadenas, a semejanza de lo que ocurre en otros países europeos. Por otro lado, los proveedores de productos turísticos están reduciendo sus comisiones e

Hemos acompañado a las agencias con un único objetivo: atender sus necesidades, ofreciéndoles las herramientas precisas para que desempeñen su labor del modo más eficiente

Durante todo este tiempo, un periodo en que se ha producido un enorme desarrollo de la industria turística de nuestro país, desde Amadeus España hemos acompañado a las agencias de viajes con un único objetivo: el de atender sus necesidades, ofreciéndoles las herramientas necesarias para lograr que desempeñaran su labor del modo más eficiente.

Ese propósito no ha variado, pero si lo ha hecho, en cambio, el entorno en el que se desarrolla nuestra actividad, pues se observan una serie de tendencias en la distribución de los viajes que dibujan un escenario diferente al que existía sólo dos o tres años atrás. Por una parte, las agencias de viajes tradicionales, que en ejercicios precedentes aumentaban

incluso, en algunos casos, las han suprimido o contemplan su eliminación en un futuro próximo, lo que obliga al canal tradicional a implementar modelos de *service fee* para permitirles mantener su rentabilidad.

También se observa en nuestro país un incremento importante de las reservas realizadas a través de Internet. Éstas ya suponen el 18% de las reservas intermediadas por Amadeus España y, si tomamos como referencia lo sucedido en mercados más avanzados, todavía tendría un importante recorrido al alza. De hecho, numerosas agencias tradicionales están sumando la venta *online* a su oferta, encontrando en las reservas por ordenador un complemento natural a la actividad de sus oficinas de calle. Por último, en el segmento de viajes corporativos, estamos asistiendo a una demanda de reducción



de costes en viajes por parte de las empresas que los contratan, para lo que incorporan a su día a día herramientas de autorreserva que les ayuden a implementar sus políticas de viajes.

Todas estas tendencias obligan al canal de distribución tradicional a asumir los retos, por un lado, de contar con personal cada vez más formado para convertirse en los gestores de viajes que el mercado demanda y, por otra parte, adoptar la tecnología que les permita mejorar sus procesos. Por nuestra parte, hemos cumplido nuestros primeros 20 años de historia acompañando a las agencias, y queremos celebrar que afrontamos el futuro con el mismo empeño por continuar aportándoles las soluciones tecnológicas que contribuyan a lograr su éxito en el sector de los viajes y el turismo.