





08

## Compromiso con los clientes

## 8. Compromiso con los clientes

### HITOS DE 2011

- › Éxito continuado en la implantación de Altéa, incrementando el número total de pasajeros gestionados a través de esta plataforma hasta los 439 millones.
- › Realización de un estudio para determinar qué canales de comunicación con los clientes resultan más efectivos e implantación, en consecuencia, de un plan de comunicación.
- › Constitución de la división de nuevas líneas de negocio (*New Businesses*) con nombramientos estratégicos en las divisiones de soluciones tecnológicas para aeropuertos (*Airport IT*), compañías ferroviarias (*Rail IT*) y hoteles (*Hotel IT*).
- › Liderazgo permanente en I+D en el sector de los viajes, y clasificación como primera empresa de Europa en cuanto a I+D de servicios informáticos.

### RETOS PARA 2012

- › Mejorar la calidad de la migración para aerolíneas y agencias de viajes usuarias de gran tamaño.
- › Mejorar la asistencia a todos los segmentos de clientes para ayudarles a alcanzar sus objetivos.
- › Mejorar los resultados en cuanto a satisfacción de los clientes y reducir el tiempo de espera en las implantaciones de productos estándar.

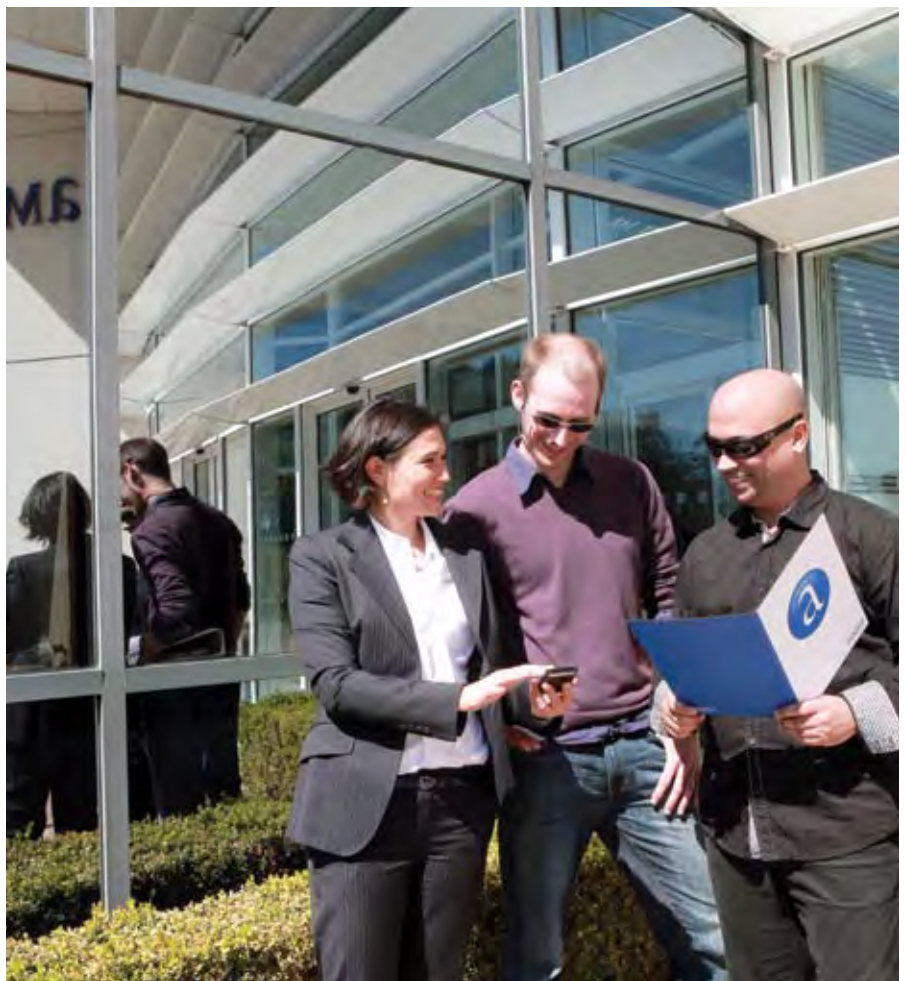
Nuestro lema *Your technology partner* refleja el compromiso de Amadeus en sus relaciones con los clientes. Nuestros esfuerzos están puestos en crear y mantener relaciones a largo plazo que supongan un beneficio mutuo. Esta estabilidad nos ayuda a comprender de qué modo podemos aumentar al máximo el éxito de nuestros clientes mediante el suministro de soluciones tecnológicas.

## CIFRAS REPRESENTATIVAS

- Número uno en dos líneas de negocio relacionadas.
- Un total de 947,6 millones de transacciones de viaje facturables procesadas en 2011.
- Operaciones con clientes a través de 73 organizaciones comerciales (ACOs) en 195 países.

Nuestro compromiso con los clientes se basa en los siguientes aspectos:

- Comprender las necesidades de negocio y las exigencias técnicas de nuestros clientes.
- Dedicar esfuerzos y recursos a la mejora continua de productos que respondan a las necesidades de los clientes.
- Ofrecer la más amplia gama de contenidos de proveedores de viajes.
- Atender a nuestros clientes mediante la disponibilidad en todo el mundo, las 24 horas del día, de personal de motivado y experto.
- Garantizar los más altos niveles de conexión y servicio operativo de nuestras plataformas técnicas.



## 8.1 Nuestros clientes

La comprensión de las necesidades a largo plazo de nuestros clientes es la base de nuestra relación.

- > Más de 463 millones de reservas procesadas en 2011.
- > Más de 439 millones de pasajeros gestionados a través de la plataforma Altéa en 2011.

Amadeus proporciona una oferta completa al sector de los viajes y el turismo que combina, entre otras cosas, tecnología de distribución y soluciones tecnológicas para puntos de ventas y ayudan a nuestros clientes a sacar el máximo partido de la tecnología para transformarla en éxitos comerciales.

Grupos de clientes de Amadeus	
<b>Proveedores de viajes</b>	<b>Aerolíneas:</b> aerolíneas regulares, aerolíneas regionales, compañías de bajo coste y compañías de vuelos chárter.
	<b>Hoteles:</b> cadenas, empresas de representación y hoteles independientes.
	<b>Transporte terrestre y marítimo:</b> empresas de alquiler de coches, compañías ferroviarias, líneas de ferry, líneas de crucero y aseguradoras.
	<b>Tourop operadores:</b> especializados, generalistas e integrados verticalmente.
<b>Distribuidores o vendedores de productos turísticos</b>	<b>Agencias de viajes:</b> empresas de gestión de viajes, agencias de viajes vacacionales y de negocios, portales de viajes y consolidadores.
<b>Compradores de viajes</b>	<b>Grandes empresas:</b> soluciones de autorreserva para empresas que desean rentabilizar al máximo sus gastos de viajes.



La tabla más abajo incluye información sobre proveedores y agencias de viajes que utilizan el sistema Amadeus, así como información sobre los volúmenes procesados a través de la plataforma de distribución de Amadeus.

Principales indicadores de clientes	2009	2010	2011
<b>Proveedores de viajes: distribución</b>			
Aerolíneas que pueden reservarse en Amadeus	465	436	420
Empresas de alquiler de coches disponibles en Amadeus	26	29	30
Propiedades hoteleras disponibles en Amadeus	86.000	87.000	110.000
Empresas ferroviarias disponibles en Amadeus	107	103	102
Líneas de crucero disponibles en Amadeus	20	21	22
Empresas de ferry disponibles en Amadeus	30	30	30
Touropereadores disponibles en Amadeus	190	204	206
<b>Usuarios de viajes: Distribución</b>			
Puntos de venta agencias viajes (localizaciones)*		90.000	91.000
Oficinas de ventas de aerolíneas (localizaciones)*		59.000	67.000
Reservas aéreas de agencias de viajes (millones)	352,4	382,4	402,4
Reservas totales (millones)	413,2	441,6	463,8
<b>Soluciones tecnológicas para aerolíneas (Airline IT)</b>			
Aerolíneas clientes: reservas	134	142	141
Aerolíneas clientes: inventario	90	109	115
Aerolíneas clientes: control de salidas	40	61	92
Pasajeros Embarcados (millones)**	237,5	372,3	439,1

\* La definición de «punto de venta de agencia de viajes» y de «oficina de ventas de aerolíneas» cambió en 2009 y, en consecuencia, las cifras actuales no permiten la comparación con años anteriores.

\*\* Se refiere al número de Pasajeros Embarcados en vuelos operados por aerolíneas que utilizan el módulo de gestión de inventario (Altéa Inventory) y, en algunos casos, el módulo de control de salidas (Altéa Departure Control) durante el año que se indica.

### Alcance mundial

La tabla más abajo ilustra la distribución de las reservas procesadas por la plataforma de distribución de Amadeus.

Distribución geográfica (plataforma de distribución de Amadeus)	2009	2010	2011
Europa Occidental	172,8	183,2	190,6
Asia-Pacífico	47,9	53,3	57,1
Oriente Medio y África	42,1	48,3	49,8
Europa Central, del Este y del Sur	34,2	38,3	40,5
Norteamérica	31,9	34,7	37,1
América Central y del Sur	23,5	24,6	27,3
<b>Total de reservas aéreas de agencias de viajes</b>	<b>352,4</b>	<b>382,4</b>	<b>402,4</b>



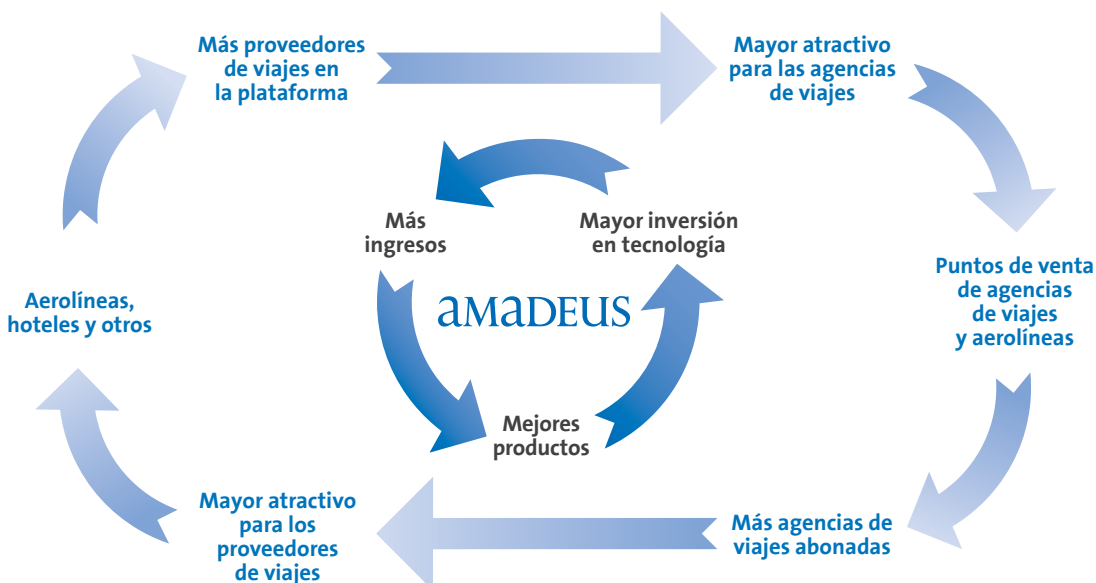
## Clientes de Distribución

Los clientes de Distribución son los proveedores de viajes y las agencias de viajes.

Nuestro negocio de Distribución de doble vía opera como nexo entre los proveedores de viajes (que vuelcan su amplia oferta de productos de viajes en el sistema de Amadeus) y las agencias de viajes y oficinas de ventas de las aerolíneas (que utilizan el sistema para hacer reservas para usuarios particulares).

La amplia gama de productos de viaje que está disponible en el sistema Amadeus genera un fuerte efecto de red que consigue atraer clientes de una amplia zona geográfica, así como un gran número de agencias de viajes y de oficinas de ventas de aerolíneas. A su vez, cuanto mayor es el número de agencias conectadas a la red de venta en numerosos países, más atractiva resulta nuestra red para los proveedores de viajes. Por lo tanto, cuanto mayor es la red, más atractiva parece para todos los participantes y mayores son los ingresos que generan sus transacciones. Esto nos permite incrementar nuestra inversión en investigación y desarrollo para proporcionar mejores productos dentro de la red, mejorando así su atractivo.

Servicios y tecnología de distribución de Amadeus	
Proveedores de viajes	Agencias de viajes
Aerolíneas	Empresas de gestión de viajes
Aseguradoras	Agencias de viajes de empresa
Líneas de crucero y ferry	Agencias de viajes vacacionales
Tourop operadores	Agencias de viajes <i>online</i>
Propiedades hoteleras	Consolidadores
Empresas de alquiler de coches	Agencias de una sola oficina
Ferrocarriles	Empresas de búsqueda de viajes
	Oficinas de ventas de aerolíneas
	Sitios <i>web</i> conectados a la tecnología de venta directa de Amadeus





### **Organizaciones comerciales de Amadeus (ACOs)**

Las organizaciones comerciales de Amadeus o ACOs (Amadeus Commercial Organisations) son las oficinas locales de la empresa que brindan soporte «sobre el terreno» a las líneas de negocio de distribución y de soluciones tecnológicas (con especial atención a las agencias de viajes) a la vez que se benefician de economías de escala por medio de una infraestructura de atención al cliente compartida. Las ACOs nos permiten estar cerca de nuestros clientes, tanto geográfica como culturalmente, con un mayor número de personas que trabajan localmente para gestionar las cuentas y atender a los clientes cada día, estando, así, en contacto con las necesidades e intereses locales. En la actualidad, existe un total de 73 organizaciones comerciales que proporcionan cobertura a 195 países.

La importancia de la presencia local no debe subestimarse, pues trasciende la simple asistencia comercial habitual. Por ejemplo, cuando, en mayo de 2011, un gran número de aerolíneas se vio obligado a cancelar sus vuelos debido a la nube de cenizas del volcán islandés, nuestras ACOs supieron prever que se producirían importantes trastornos en las agencias de viajes y en el sector de las aerolíneas a causa de la cancelación masiva de vuelos, con la consiguiente actividad frenética de las aerolíneas en su intento de reasignar a los pasajeros en servicios alternativos. El carácter imprevisible de esta nube de cenizas dio lugar a que muchos de estos servicios alternativos también tuvieran que cancelarse, lo que se tradujo en una situación de caos todavía mayor.

Nuestra ACO del Reino Unido puso en marcha un excepcional sistema provisional de asistencia por medio del cual el equipo de atención al cliente se hizo cargo de la atención de primer nivel, para transferir las llamadas relacionadas con la situación generada por la nube de cenizas al personal que estuviese disponible, con lo que se conseguía liberar parte de la carga de atención al cliente de primer nivel y asegurar, así, un nivel de servicio razonable para el resto de clientes en cuanto a tiempo de espera de las llamadas. La reemisión de billetes fue el motivo que generó mayor número de llamadas en relación con la nube de cenizas. Puesto que las llamadas relacionadas con reemisiones de billetes suelen ser largas en duración, esta solución permitió al personal de atención al cliente de primer nivel transferir dichas llamadas a personal que estuviese ya disponible, para así poder seguir atendiendo otras llamadas.



## Cientes de Soluciones Tecnológicas

A través del negocio de soluciones tecnológicas, Amadeus ofrece a los proveedores de viajes (en la actualidad, principalmente aerolíneas) una amplia cartera de soluciones tecnológicas que automatizan determinados procesos de negocio estratégicos, como las reservas, la gestión de inventario y el control de salidas.

Además, estamos ampliando nuestra línea de negocio de soluciones tecnológicas para incluir ofertas de otros proveedores de viajes, como hoteles y empresas ferroviarias. Así, a finales de 2011, Amadeus reorganizó sus operaciones comerciales, y ahora dispone de una unidad dedicada a los clientes, centrada específicamente en las nuevas líneas de negocio y que presta especial interés a las soluciones tecnológicas para empresas ferroviarias, aeropuertos y hoteles.

### Soluciones tecnológicas de Amadeus

Aerolíneas

Aeropuertos

Servicios de asistencia en tierra

Hoteles

Operadores ferroviarios

Nuestras dos áreas de negocio principales, distribución y soluciones tecnológicas, se benefician de grandes sinergias técnicas entre ellas. Además de compartir la tecnología y el desarrollo de producto para las dos áreas de negocio de distribución y soluciones tecnológicas, que aporta a nuestros clientes el beneficio de tecnología compartida y aplicaciones y plataformas comunes, las dos áreas de negocio también se benefician de compartir un centro de datos y una red de comunicaciones.

Adicionalmente, somos capaces de adaptar la estructura de nuestra organización para apoyar las dos áreas de negocio según sea necesario. Nuestra red global de oficinas comerciales da apoyo a las dos áreas de negocio sobre el terreno, aportando conocimientos locales y un acceso mejor a nuestros clientes, beneficiándonos además de las economías de escala que proporciona una infraestructura de soporte al cliente compartida. Estar presente en dos negocios tan vinculados entre sí nos permite aplicar el conocimiento profundo de la industria adquirido en un área de negocio, beneficiando a la otra.

## Nuevas líneas de negocio

Como resultado de la evolución y del crecimiento tanto de Amadeus como del sector, la empresa pone de manifiesto su compromiso de ampliar su cartera de soluciones con la creación de la unidad New Businesses (nuevas líneas de negocio), que incluye las áreas de soluciones tecnológicas para aeropuertos (Airport IT), empresas ferroviarias (Rail IT) y hoteles (Hotel IT).

## 8.2 Compromiso de innovación con nuestros clientes

La innovación es uno de los principales motores del progreso y el crecimiento de Amadeus, y ha permitido que las soluciones tecnológicas de la empresa alcancen una notable posición competitiva en el mercado. La inversión total realizada desde 2008 supera los 1.100 millones de euros.

Amadeus cuenta con 16 centros de I+D en todo el mundo (Niza, Londres, Sídney, Amberes, Aquisgrán, Fráncfort, Boston, Estambul, Miami, Toronto, Estrasburgo, Tucson, Bangalore, Bogotá, Varsovia y Bangkok) que, en la actualidad, conforman un equipo de más de 4.000 personas.

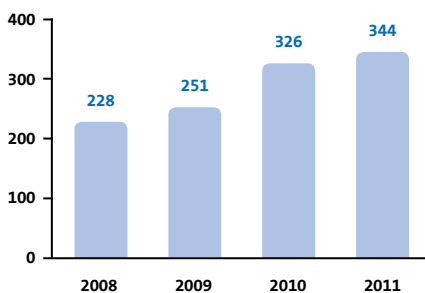
Somos conscientes de que la tecnología evoluciona a gran velocidad, y que debemos investigar sin descanso para mejorar nuestras soluciones y la propuesta de valor que hacemos a nuestros clientes.

En lo que a tecnología se refiere, las iniciativas de I+D de Amadeus han estado especialmente centradas en los aspectos siguientes:

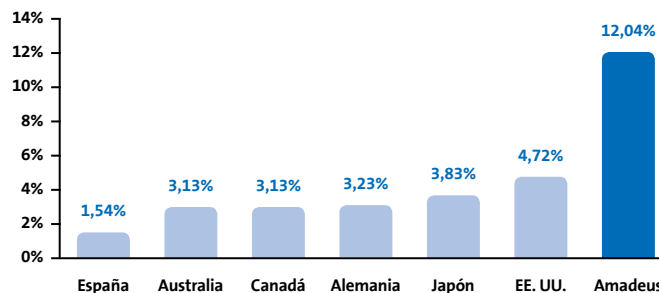
- Alto rendimiento en el procesamiento de transacciones en condiciones rigurosas de disponibilidad del sistema y fiabilidad.
- Extracción de información de bases de datos muy extensas.
- Motores de búsqueda de viajes con una capacidad de respuesta excepcional.
- Aplicaciones de servicio al cliente multicanal (aplicaciones *web* y para agencias, terminales de autoservicio, móviles o tabletas).

El siguiente gráfico compara las inversiones en I+D sobre ventas netas de las empresas incluidas en el *EU Industrial R&D Investment Scoreboard* por país, con la misma ratio de Amadeus en 2010.

**Inversión de Amadeus en I+D**  
(en millones de euros)



**I+D/ventas netas de 2010.**  
Las 1.400 empresas del mundo que más invierten en I+D.<sup>18</sup>



<sup>18</sup> Fuente: Elaboración propia según datos del EU Industrial R&D Investment Scoreboard, disponible en <http://iri.jrc.es/reports.htm>

Algunos ejemplos del impacto reciente que ha tenido esta inversión en la innovación de los productos y servicios de Amadeus incluyen:

- Desarrollo continuo de Amadeus Altéa Customer Management Solution (CMS), nuestra plataforma tecnológica comunitaria para aerolíneas compuesta de tres soluciones que cubren las reservas, la gestión de inventario y el control de salidas. La cartera de soluciones Altéa ha supuesto todo un hito tecnológico y funcional para el sector de las aerolíneas.
- Desarrollo de Amadeus Hotel Platform, una solución para cadenas hoteleras que combina reservas centralizadas, gestión de inmuebles y sistemas de distribución mundial en una única plataforma completamente integrada. La plataforma, cuyo lanzamiento se ha producido recientemente, está concebida para brindar apoyo a los hoteles en el contexto actual de globalización y expansión, y les permite hacer frente a las cambiantes necesidades de los viajeros.
- Desarrollo de motores de búsqueda sofisticados con nuevos parámetros; por ejemplo, el reciente lanzamiento de Amadeus Extreme Search para las agencias de viajes online de todo el mundo. Extreme Search es una herramienta de compra intuitiva que incorpora una solución de búsqueda y que supone toda una revolución en la forma en que los consumidores buscar viajes a través de Internet, pues les permite buscar por presupuesto, tipo de actividad o zonas geográficas, en lugar de tener que seguir los criterios habituales de origen y destino.

- Desarrollo de soluciones de servicios complementarios como parte del compromiso que hemos contraído para ayudar a las aerolíneas a adaptarse y a desarrollar su estrategia de servicios complementarios, de manera que nuestros clientes puedan centrarse no solo en los simples beneficios, sino en la obtención de rentabilidad. Amadeus Airline Ancillary Services es una solución integral que permite a las aerolíneas distribuir (visualización, reserva, precio y pago) servicios en todos los canales y en absoluta conformidad con los estándares del sector. Amadeus ha desarrollado un exclusivo catálogo interactivo que muestra claramente la variedad de servicios complementarios adicionales disponibles permitiendo a las agencias de viajes consultar, reservar y realizar ventas incrementales de servicios complementarios de un modo rápido y eficiente. En la actualidad, existen más de quince aerolíneas que han contratado Amadeus Airline Ancillary Services. La solución se ha implantado ya en los canales online y de las agencias de viajes de los principales mercados, incluidas Francia y en la región escandinava.



## 8.3 Estudio de la experiencia de usuario

La elaboración de productos intuitivos y satisfactorios es el fruto de un profundo conocimiento de las necesidades de los usuarios. Las empresas de *software* más innovadoras consideran que el estudio de la experiencia del usuario, también llamado ergonomía o interacción hombre-máquina, resulta esencial a la hora de recopilar información valiosa de los usuarios que les permita orientar el diseño desde las primeras fases del desarrollo para obtener herramientas tecnológicas eficaces. Asimismo, revisamos específicamente los requisitos en materia de salud y seguridad.

En Amadeus, consideramos que la experiencia del usuario resulta crucial, y le concedemos la misma importancia que a la funcionalidad o al rendimiento. Por este motivo, nos hemos propuesto una ambiciosa meta para nuestra próxima generación de productos B2B y B2C: desarrollar las interfaces gráficas más sencillas basándonos en los resultados de estudios llevados a cabo con usuarios finales de todo el mundo.

El equipo encargado del estudio de experiencias de usuario de Amadeus aplica un enfoque repetitivo de cuatro pasos para responder a las peticiones de los equipos de gestión de productos, de la investigación a las directrices:

### 1. Creación de las pruebas

Identificación de usuarios y creación de protocolos, que incluyen las técnicas de investigación que se van a utilizar y el material que se va a probar, incluidos productos en vivo, prototipos interactivos y simulaciones conceptuales.

### 2. Recopilación de datos

Las sesiones de usuario se ejecutan en nuestro laboratorio de usuarios de última generación o directamente en las instalaciones del cliente (por ejemplo, en las oficinas de las aerolíneas o de las agencias de viajes). Para garantizar la neutralidad, una empresa independiente especializada en evaluar la experiencia de usuario se encarga de ejecutar un gran número de sesiones.

### 3. Análisis de los datos

Se analizan las reacciones y las expectativas de los usuarios, así como los errores y las malas interpretaciones, para evaluar las presentaciones de las pantallas, los flujos de trabajo y la interacción en general.

### 4. Definición de directrices sobre la interfaz de usuario

Como resultado, los hallazgos de la investigación se traducen en reglas de uso y recomendaciones que se conocen internamente como «directrices sobre la interfaz de usuario». La comunidad de Amadeus en su conjunto es responsable de asegurarse de que los productos se ajustan a estas directrices.

Mediante la inversión en estudios de la experiencia del usuario, Amadeus se asegura de que sus productos alcancen el grado de productividad y de facilidad de uso que todos sus clientes y usuarios esperan. Asimismo, al aplicar un proceso preliminar repetitivo, podemos estudiar las ideas de manera creativa antes de realizar inversiones técnicas importantes, evitando posteriormente costosos y dilatados procesos de rediseño.

## 8.4 Atención al cliente en los ámbitos mundial, regional y local

El área de atención al cliente internacional (*Amadeus Global Customer Services*) ofrece asistencia y formación a nuestros clientes, poniendo a su servicio la tecnología, el personal y los procesos de la empresa.

En cada mercado, los servicios de atención al cliente de primer nivel para clientes de agencias de viajes suelen proporcionarlos localmente las ACOs. Esta es la columna vertebral de nuestra organización, que proporciona la mayor cercanía posible a los clientes y ofrece productos específicos en función del mercado y del idioma local. Sin embargo, en América, es el servicio mundial de atención al cliente (*Global Customer Services*) quien se encarga del centro de servicio al cliente de Amadeus en San José (Costa Rica) y Buenos Aires (Argentina) como punto único de contacto para todas las agencias de viajes usuarias de Norteamérica y Latinoamérica. Estos servicios de asistencia técnica y funcional están disponibles en inglés y en español. Adicionalmente, Amadeus Brasil proporciona asistencia de primera línea en portugués para agencias de viajes usuarias de Amadeus en el mercado brasileño.

En la mayoría de los casos, las aerolíneas y los proveedores de viajes cuentan con su propio servicio de asistencia de primera línea. No obstante, diez aerolíneas han elegido a Amadeus como proveedor de sus servicios de asistencia de primer nivel y, más concretamente, para la asistencia relacionada con los sistemas tecnológicos de las aerolíneas.

La asistencia de segunda línea la proporcionan los centros de gestión de servicios (*Service Management Centres*), una organización virtual de asistencia ubicada en Bangkok, Miami, Niza, Londres y Sídney. Esta organización, a la

que nos referimos como *Follow The Sun* —porque da la vuelta al mundo como la trayectoria del sol—, ofrece cobertura ininterrumpida 24 horas al día, 7 días a la semana. Este concepto ha estado siempre presente en las operaciones de Amadeus por haber demostrado su eficacia como método de asistencia ininterrumpida de ámbito mundial para nuestros clientes. Los centros de gestión de servicios están compuestos por equipos internacionales especializados y dedicados a las distintas líneas de negocio (tecnología para aerolíneas, Distribución, y nuevas líneas de negocio).

Un ejemplo de nuestro esfuerzo por acercarnos a nuestros clientes, y poder responder con mayor rapidez a las necesidades regionales, es la descentralización de una parte de la organización formativa de la empresa mediante la creación de centros de formación regionales. Disponemos de centros de formación en Buenos Aires específicamente dedicados a proporcionar servicios de formación en español a las aerolíneas usuarias en Latinoamérica y en Bangkok, cuyas nuevas instalaciones se inaugurarán a principios de 2012 para seguir apoyando nuestro crecimiento y para responder mejor a las necesidades de las aerolíneas usuarias de Amadeus (por lo general, en el idioma local) en la región Asia-Pacífico.

Amadeus ha invertido también en innovadoras herramientas de ayuda *online* para sus clientes. Hoy en día, unos 55.000 clientes de 60 mercados obtienen asistencia virtual a través de Amadeus e-Support Centre, nuestra plataforma de ayuda *online*.

## 8.5 Evaluación y seguimiento de la satisfacción del cliente

La evaluación de la satisfacción del cliente en Amadeus resulta un proceso complejo por las distintas líneas de negocio y grupos de clientes que en él se ven implicados. Así, nuestro equipo mundial de investigación de marketing coordina el programa de encuestas de satisfacción de los clientes con los siguientes objetivos:

- › Coordinación de todas las Encuestas de Satisfacción de los Clientes (CSS, por sus siglas en inglés) en Amadeus.
- › Asistencia a los responsables de CSS de cada línea de negocio.
- › Elaboración y uso de una metodología coherente.
- › Consolidación de los resultados y presentación.
- › Desarrollo y mantenimiento de herramientas de elaboración de informes.

En 2011, el programa CSS incluyó a los siguientes grupos de clientes:

**1 Negocio de distribución:** agencias de viajes y aerolíneas.

**2 Soluciones tecnológicas para aerolíneas:** todas las aerolíneas clientes de tecnología.

**3 Nuevas líneas de negocio:** hoteles clientes de distribución.

Una vez obtenidos los resultados de la encuesta CSS, cada unidad de negocio comercial sigue un plan sistemático para la elaboración e implantación de un plan de mejora.

Para 2012, el objetivo reside en expandir el ámbito de la encuesta de manera que incluya a las corporaciones y agencias de viajes online del negocio de distribución.

## 8.6 Protección de datos y marketing responsable

Nuestras relaciones con los clientes se basan, en gran medida, en la confianza y en el cumplimiento de compromisos. En consecuencia, la fiabilidad y la solidez de nuestra tecnología son siempre un objetivo fundamental en todas las fases de estas relaciones.

Amadeus ofrece total fiabilidad en sus operaciones tecnológicas, que constituyen un referente mundial. El marco de seguridad de Amadeus ha obtenido la *Cybertrust SMP Perimeter Certification* y cumple con los estrictos estándares ISO/IEC 27002:2005 de recomendación de mejores prácticas para la gestión de la seguridad de la información. El funcionamiento de nuestras instalaciones de procesamiento de datos dispone de la certificación ISO 9001:2008, y sus niveles de seguridad se garantizan a través de auditorías regulares. En el año 2000, Amadeus fue el primer GDS en obtener la certificación ISO 9000 por la calidad de sus servicios.

La seguridad de las comunicaciones se gestiona de forma estricta a todos los niveles mediante el uso de distintos cortafuegos, de los parches de seguridad y protecciones antivirus más recientes y del uso de módulos de red independientes para las actividades de producción, pruebas y tráfico de

oficina. La red de área extensa (WAN) mundial de Amadeus está concebida para ofrecer un alto grado de protección. Responde al concepto *no single point of failure* (ningún punto único de fallo). Cada cliente dispone de dos rutas de acceso al sistema Amadeus (dos canales de fibra óptica independientes de dos proveedores distintos que viajan por rutas físicamente independientes).

En los últimos años, nuestra red ha migrado a la más reciente tecnología de protocolos de Internet (IP). El proyecto duró cinco años e incluyó 80.000 conexiones en todo el mundo, todo ello prácticamente sin consecuencias para los clientes gracias a un método de trabajo continuo.

Amadeus, que aloja la aplicación Amadeus Payment en su centro de datos, cumple con el PCI DSS, el estándar de seguridad de datos para la industria de tarjetas de pago. El objetivo de este estándar es proteger la información de los propietarios de tarjetas de crédito y la información de autenticación para evitar su uso fraudulento.

En 2011, no se registró ningún incidente relacionado con la protección de datos de los clientes.

Amadeus se esfuerza por mantener los más altos estándares en sus prácticas de marketing. La imagen de marca que la empresa difunde, tanto interna como externamente, refleja la diversidad de Amadeus y el carácter multicultural de su equipo humano, lo que promueve valores de igualdad de sexos y de razas. Amadeus se asegura también de que todas sus producciones internas (vídeos, mensajes e imágenes) reflejen la cultura local, con la intención de que todos los empleados sean conscientes de la diversidad presente en la empresa.



## 8.7 Liderazgo de las ideas y concesión de premios

Ofrecer estudios y análisis de mercado reveladores sobre el negocio de los viajes es un elemento imprescindible del posicionamiento de Amadeus como líder del mayor sector económico del mundo. Durante el año pasado, Amadeus publicó numerosos informes sobre tendencias de mercado y previsiones acerca del futuro del sector de los viajes que contribuyeron a suscitar un debate internacional. Los siguientes informes están disponibles para su descarga desde la página web de Amadeus.

- El informe ***The always-connected traveller: how mobile will transform the future of air travel*** reveló cambios en la actitud de los viajeros con respecto a los servicios móviles de las aerolíneas, además de destacar las tecnologías móviles emergentes que revolucionarán cada fase de la experiencia de viaje.
- El informe ***Transform Your Growth Strategy Now***, publicado junto con el destacado experto del sector hotelero Robert Cole, aconsejaba a los hoteles ligar la estrategia de negocio a las necesidades tecnológicas para asegurar el crecimiento durante los próximos tres años. El informe identificaba las diferencias existentes entre la tecnología, el márketing y las operaciones de los hoteles que actualmente están erosionando las estrategias y ambiciones de crecimiento.
- Un análisis de nuestra solución de análisis de mercado Amadeus Total Demand by **airconomy** señaló que Asia-Pacífico y Oriente Medio, seguidas de Europa, se han convertido en los puntos calientes para los viajes interregionales de larga distancia en todo el mundo. El estudio analizó tendencias en la demanda internacional de los viajeros en diferentes regiones durante los últimos dos años, comparando los datos del primer trimestre de 2009 con los primeros trimestres de 2010 y 2011.

- Una encuesta paneuropea entre más de 7.000 pasajeros de tren realizada por **YouGov** por encargo de Amadeus puso de manifiesto cómo debe evolucionar el transporte ferroviario europeo de alta velocidad para satisfacer las cambiantes demandas de los viajeros. Casi el 60% de los usuarios de tren quieren poder reservar «viajes en tren que conecten con otros medios de transporte» (por ejemplo, un billete para un itinerario de avión más tren). El estudio también reveló que el 77% de los consultados preferiría un trayecto internacional en tren de alta velocidad a otro medio de transporte si los costes fueran competitivos.
- Amadeus trabajó por segundo año consecutivo con **IdeaWorks** para elaborar el informe ***Amadeus Worldwide Estimate of Ancillary Revenue for 2011***. Este informe estimó que los ingresos por servicios complementarios se dispararán hasta los 32.500 millones de dólares en todo el mundo en 2011, un aumento del 43,8% frente a 2010. Estos ingresos han sacado al sector de las aerolíneas de una posición deficitaria y siguen siendo una cobertura muy efectiva frente a las subidas del combustible. El informe identifica a los «campeones de los servicios complementarios», que son las compañías aéreas que generan el mayor volumen de actividad como porcentaje de sus ingresos totales de explotación. Entre estas aerolíneas, se encuentran AirAsia, Aer Lingus, easyJet, Ryanair y Spirit Airlines. La media de ingresos por servicios complementarios conseguida por este grupo fue del 19,8%, ligeramente superior al 19,4% de 2010.

### Premios

- Amadeus Asia-Pacific ganó el prestigioso premio 2011 ***Airline IT Solutions Provider of the Year Award*** que concede Frost & Sullivan, y reconoce las mejores prácticas empresariales innovadoras en el sector aeroespacial y de defensa.
- Por segundo año consecutivo, Amadeus fue elegida «Proveedor tecnológico más admirado» en la edición 2011 de los ***Readers' Choice Awards de The Beat***, una publicación líder del sector de los viajes. Amadeus figuró entre los ganadores seleccionados en seis categorías por los lectores de The Beat, que constituyen una audiencia de más de 6.000 personas de más de 250 empresas de todo el mundo.
- Amadeus y sus socios Microsoft y American Express Global Business Travel fueron galardonados con el premio ***Travel Team of the Year*** en el marco de la edición 2011 de los Business Travel Awards.
- Por tercer año consecutivo, Amadeus recibió el premio ***Best Technology Provider*** en el Reino Unido en la ceremonia de los ***Travel Weekly Globe Awards***.