

Nota de Prensa

Amadeus mantiene su crecimiento en un sólido ejercicio 2015

Las principales líneas de negocio mejoran su rendimiento operativo y financiero

La expansión en Norteamérica y la región de Asia-Pacífico apuntala el crecimiento

Datos principales del ejercicio (periodo de 12 meses cerrado el 31 de diciembre de 2015)

- Los ingresos ordinarios crecieron un 14,5%, hasta alcanzar los 3.912,7 millones de euros.
- El EBITDA aumentó un 12,2% hasta los 1.465,4 millones de euros.
- En el negocio de distribución, el número total de reservas aéreas realizadas a través de agencias de viajes aumentó un 8,3%, hasta los 505 millones.
- En el negocio de soluciones tecnológicas, el volumen total de pasajeros embarcados¹ aumentó un 7,5%, hasta alcanzar los 747,3 millones.

26 de febrero: Amadeus IT Holding, S.A., proveedor tecnológico de referencia para la industria mundial del viaje, anuncia hoy los resultados financieros y de explotación del ejercicio completo 2015 (periodo de doce meses cerrado el 31 de diciembre de 2015). El beneficio ajustado aumentó un 10,4% hasta situarse en 751,8 millones de euros. A este crecimiento contribuyó el alza de los ingresos, que aumentaron un 14,5% hasta alcanzar los 3.912,7 millones de euros, y del EBITDA, que creció un 12,2% hasta los 1.465,4 millones de euros.

Luis Maroto, Consejero Delegado de Amadeus, señaló:

«El ejercicio 2015 ha sido un año de éxitos para Amadeus, con un buen comportamiento tanto operativo como financiero. Mantuvimos nuestra firme orientación al desarrollo tecnológico y nuestra estrategia de inversiones para ayudar a la consecución de nuestros objetivos de crecimiento y rentabilidad a largo plazo.

Tanto nuestro negocio de distribución como el de soluciones tecnológicas registraron un aumento de los ingresos. El incremento de los ingresos del negocio de distribución, un 11,5%, se vio favorecido por el crecimiento en Norteamérica y Asia-Pacífico. Por su parte, el negocio de soluciones tecnológicas elevó los

¹ Pasajeros embarcados (PB, por sus siglas en inglés): pasajeros reales embarcados en vuelos operados por aerolíneas que utilizan como mínimo los módulos Amadeus Altéa de gestión de ventas y reservas (Reservation) y de gestión de inventario (Inventory). El número de PB es un parámetro fundamental en los ingresos transaccionales del negocio de soluciones tecnológicas de Amadeus.

ingresos un 22,1%, impulsados por el efecto de las migraciones continuadas de grandes aerolíneas en la región de Asia-Pacífico, así como por las iniciativas de venta incremental y la contribución de las nuevas áreas, como las de tecnología para aeropuertos y pagos.

A pesar de las actuales inquietudes que arroja el panorama económico, afrontamos el ejercicio 2016 con optimismo, gracias a la ampliación de nuestra oferta para proveedores de viajes, la continua mejora de nuestra posición competitiva², la migración de nuevas aerolíneas a nuestra plataforma Altéa, el crecimiento de las nuevas áreas de negocio y nuestra posición reforzada en el segmento de aerolíneas de bajo coste e híbridas gracias a la integración de Navitaire».

Datos financieros más destacados del ejercicio anual

A 31 de diciembre de 2015, la deuda financiera neta consolidada alcanzó los 1.611,6 millones de euros, lo que representa una ratio de deuda neta/EBITDA de los últimos doce meses de 1,09 veces (una ratio proforma de aproximadamente 1,56 veces considerando la adquisición de Navitaire).

En noviembre, Amadeus realizó una emisión de bonos por valor de 500 millones de euros en el marco de un programa EMTN (Euro Medium Term Note), con un vencimiento a seis años, un cupón anual del 1,625% y un precio de emisión del 99,260% de su valor nominal. Los fondos recaudados con la emisión se utilizaron para financiar parcialmente la adquisición de Navitaire.

Las fluctuaciones de los tipos de cambio en comparación con 2014 contribuyeron a un efecto cambiario positivo en los ingresos y el EBITDA de la compañía durante el año. En cambio, este mismo efecto redujo el margen de EBITDA.

En diciembre, el Consejo de Administración propuso que la ratio de distribución de beneficios de 2015 fuese del 50% (el porcentaje máximo dentro de la horquilla de reparto establecida). Por consiguiente, el Consejo de Administración someterá a la aprobación de la Junta General Ordinaria de Accionistas del próximo mes de junio el reparto de un dividendo bruto total de 0,775 euros por acción con cargo al beneficio del ejercicio 2015, lo que representa un incremento del 10,7% respecto al de 2014. En enero de 2016, ya se abonó un dividendo a cuenta de 0,34 euros (brutos) por acción.

² La posición competitiva o posición de mercado de Amadeus se define teniendo en cuenta las reservas aéreas de agencias de viajes procesadas a través de su sistema en relación con la industria, definida ésta como el volumen total de reservas aéreas que realizan las agencias de viajes a través de los sistemas computerizados de reservas (CRS, por sus siglas en inglés) globales o regionales. Excluye las reservas aéreas realizadas directamente a través de sistemas internos de aerolíneas o en operadores en un único país (estos últimos, principalmente en China, Japón y Rusia). Desde finales del tercer trimestre de 2014, incluye las reservas procesadas por las agencias de viajes conectadas a la plataforma de Amadeus que anteriormente estaban conectadas al CRS local Topas, en Corea del Sur.

Resumen de información financiera y de explotación

Resumen de indicadores clave de negocio <i>Cifras en millones de euros</i>	Año 2015	Año 2014	% de variación
Principales indicadores de negocio			
Posición competitiva en reservas aéreas a través de agencias de viajes¹	42,5%	40,7%	1,7 p.p.
Reservas aéreas a través de agencias de viajes (millones)	505,0	466,5	8,3%
Reservas no aéreas (millones)	61,2	59,4	3,1%
Reservas totales (millones)	566,2	525,8	7,7%
Pasajeros embarcados (millones)	747,3	695,4	7,5%
Resultados financieros			
Ingresos de Distribución	2.737,8	2.455,1	11,5%
Ingresos de Soluciones tecnológicas	1.174,9	962,6	22,1%
Ingresos ordinarios	3.912,7	3.417,7	14,5%
Contribución de Distribución	1.177,0	1.082,1	8,8%
Contribución de Soluciones tecnológicas	760,8	651,0	16,9%
Contribución	1.937,8	1.733,1	11,8%
EBITDA²	1.465,4	1.306,0	12,2%
Margen de EBITDA (%)	37,5%	38,2%	(0,8 p.p.)
EBITDA excl. costes de adquisición³	1.472,1	1.307,6	12,6%
Margen de EBITDA excl. costes de adquisición (%)	37,6%	38,3%	(0,6 p.p.)
Beneficio ajustado⁴	751,8	681,1	10,4%
Ganancias por acción ajustadas (euros)⁵	1,72	1,53	12,2%
Beneficio ajustado⁶ excl. costes de adquisición	756,3	682,1	10,9%
Ganancias por acción ajustadas (euros)⁶ excl. costes de adquisición	1,73	1,53	12,7%
Flujos de efectivo			
Inversiones en inmovilizado	550,1	427,5	28,7%
Flujo de caja libre ⁷	659,2	596,3	10,5%
	31/12/2015	31/12/2014	% de variación
Endeudamiento⁸			
Deuda financiera neta según contratos de financiación	1.611,6	1.738,5	(7,3%)
Deuda financiera neta según contratos de financiación/ EBITDA de los últimos doce meses según contratos de financiación	1,09x	1,32x	

1. La posición competitiva o posición de mercado de Amadeus se define teniendo en cuenta las reservas aéreas de agencias de viajes procesadas a través de su sistema en relación con la industria, definida ésta como el volumen total de reservas aéreas que realizan las agencias de viajes a través de los sistemas computerizados de reservas (CRS) globales o regionales. Excluye las reservas aéreas realizadas directamente a través de sistemas internos de aerolíneas o en operadores en un único país (estos últimos, principalmente en China, Japón y Rusia). Desde finales del tercer trimestre de 2014, incluye las reservas procesadas por las agencias de viajes conectadas a la plataforma de Amadeus que anteriormente estaban conectadas al CRS local Topas, en Corea del Sur.
2. El EBITDA se vio afectado por los costes extraordinarios relacionados con la adquisición de Navitaire en 2015 (6,7 millones de euros) y la adquisición de i:FAO en 2014 (1,6 millones de euros).
3. EBITDA excluyendo los costes extraordinarios relacionados con la adquisición de Navitaire en 2015 (6,7 millones de euros) y la adquisición de i:FAO en 2014 (1,6 millones de euros).
4. Excluido el efecto neto de impuestos de las siguientes partidas: (i) los efectos contables derivados de la asignación de precio de adquisición (PPA) y las pérdidas por deterioro del inmovilizado, (ii) las variaciones en el valor razonable de contratos de cobertura de tipos de interés y las diferencias positivas / (negativas) de cambio no operativas, y (iii) otras partidas no recurrentes.
5. Ganancias por acción correspondientes al beneficio ajustado atribuible a la sociedad dominante. Cálculo basado en el número medio ponderado de acciones en circulación en el periodo.
6. Beneficio ajustado y ganancias por acción ajustadas, excluyendo los costes extraordinarios relacionados con las adquisiciones de Navitaire en 2015 y de i:FAO en 2014.
7. Calculado como EBITDA menos inversión en inmovilizado más variaciones en el capital circulante menos impuestos pagados menos comisiones financieras e intereses pagados.
8. Basado en la definición contenida en las cláusulas del Contrato de Financiación *Senior*. A 31 de diciembre de 2014, la deuda financiera neta según contrato de financiación incluye la deuda relacionada con el programa de recompra de acciones anunciado el 11 de diciembre de 2014, por importe de 288,8 millones de euros.

Reservas aéreas a través de agencias de viajes usuarias de Amadeus Cifras en millones	Año 2015	% del total	Año 2014	% del total	% de varia- ción
Europa occidental	194,8	38,6%	192,5	41,3%	1,2%
Norteamérica	85,9	17,0%	63,4	13,6%	35,6%
Asia-Pacífico	83,5	16,5%	70,4	15,1%	18,6%
Oriente Medio y África	62,2	12,3%	62,0	13,3%	0,3%
Centro, este y sur de Europa	45,7	9,0%	45,8	9,8%	(0,2%)
Latinoamérica	32,9	6,5%	32,5	7,0%	1,4%
Total de reservas aéreas realizadas a través de agencias de viajes	505,0	100,0%	466,5	100,0%	8,3%

Pasajeros embarcados procesados por Amadeus Cifras en millones	Año 2015	% del total	Año 2014	% del total	% de variación
Europa occidental	324,2	43,4%	318,7	45,8%	1,7%
Asia-Pacífico	201,3	26,9%	166,6	24,0%	20,8%
Oriente Medio y África	103,7	13,9%	100,5	14,5%	3,2%
Latinoamérica	77,4	10,4%	73,2	10,5%	5,7%
Centro, este y sur de Europa	37,0	5,0%	35,6	5,1%	4,0%
Norteamérica	3,8	0,5%	0,8	0,1%	n.a.
Total de pasajeros embarcados	747,3	100,0%	695,4	100,0%	7,5%

Actividades más destacadas durante el ejercicio anual

Negocio de distribución

- Los ingresos ordinarios aumentaron un 11,5%, hasta los 2.737,8 millones de euros.
- Las reservas aéreas realizadas a través de agencias de viajes aumentaron un 8,3% hasta los 505 millones, muy por encima del crecimiento de la industria GDS, del 3,9%.
- La posición competitiva de las reservas aéreas realizadas a través de agencias se incrementó en 1,7 puntos porcentuales, hasta representar el 42,5% del mercado.

Más del 80% de las reservas aéreas procesadas a través del sistema Amadeus a nivel mundial se efectuaron en aerolíneas que tienen firmados contratos de distribución. Durante el año, se firmaron o renovaron contratos de distribución con 37 aerolíneas, incluidas **Air Canada**, que transporta 38 millones de pasajeros al año; **Aero-méxico**, la mayor aerolínea de México, y **Czech Airlines**, la aerolínea de bandera de la República Checa y una de las cinco aerolíneas más antiguas del mundo. Los viajeros quieren poder comparar ofertas antes de reservar sus vuelos, sabiendo que recibirán el mejor servicio de la aerolínea con la que decidan volar con independencia del canal seleccionado para la compra, ya sea una agencia de viajes, la web de la propia aerolínea o cualquier otro.

Las aerolíneas siguieron contratando las soluciones de comercialización de Amadeus. Al cierre del año, la solución Amadeus Airline Ancillary Services, que permite a las aerolíneas comercializar sus servicios complementarios en prácticamente todos los mercados del mundo, estaba contratada por 135 aerolíneas, de las cuales 101 ya la tienen implantada. Por su parte, Amadeus Fare Families, que permite a las aerolíneas distribuir tarifas personalizadas, contaba con 29 aerolíneas clientes, de las cuales 22 habían finalizado la implantación.

Entre ellas cabe mencionar a Air Canada, que utilizará tanto Amadeus Fare Families como Amadeus Ancillary Services para dar a las agencias de viajes acceso a toda su gama de productos comercializables en formato XML. Esto es, tendrán acceso completo a los productos de la aerolínea a la vez que se beneficiarán de la eficiencia y la transparencia del canal GDS. Además, Amadeus colaborará con Air Canada para maximizar las posibilidades de la solución Amadeus Selling Platform.

Además, **Etihad Airways**, la aerolínea nacional de los Emiratos Árabes Unidos, anunció que se convertirá en la primera compañía aérea de Oriente Medio en implantar la solución Amadeus Fare Families en su canal indirecto.

Por su parte, **Lufthansa** y **Austrian** adoptaron Amadeus Fare Families, sumándose así a otras aerolíneas del Grupo Lufthansa, como **Swiss International Air Lines (SWISS)** y **Brussels Airlines**, como las primeras en utilizar ATPCo Branded Fares. Amadeus es el primer proveedor tecnológico que integra este nuevo estándar en la industria. Los usuarios del sistema Amadeus pueden reservar las nuevas tarifas personalizadas de Lufthansa y Austrian (Light, Classic y Flex) en los canales directos e indirectos a través de todas las interfaces de venta de

Amadeus, en todos los puntos de venta del mundo y para todos los segmentos de clientes, ofreciendo así una oferta uniforme a intermediarios y a viajeros.

Las agencias de viajes están incrementando su participación en la venta de servicios complementarios de las líneas aéreas: el número de agencias de viajes *online* que han integrado una oferta de servicios complementarios en sus sistemas se triplicó en 2015 con respecto al año anterior. Durante el año 2015, Amadeus registró un incremento de casi el 100% en las ventas de servicios complementarios realizadas por las agencias de viajes. Para algunas compañías aéreas, casi el 40% de las reservas que venden a través de agencias de viajes *online* incluyeron un servicio complementario.

Los viajeros en Londres están mucho más cerca de disfrutar de una experiencia puerta a puerta, ya que el último módulo de la plataforma de venta de Amadeus (Amadeus Selling Platform) permite a las agencias de viajes la posibilidad de vender billetes de la lanzadera del aeropuerto en el momento en que reservan un vuelo o un hotel. El servicio de lanzadera ferroviaria **Heathrow Express** (conecta este aeropuerto de Londres con el centro de la ciudad) se ha convertido en el primero en utilizar esta herramienta de Amadeus y a él se sumará el servicio Airtrain de **Brisbane** en 2016.

Transporte ferroviario:

Deutsche Bahn (DB), una de las empresas de transporte y logística más importantes del mundo, con 4.300 millones de pasajeros transportados en 2014, renovó su acuerdo con Amadeus por otros tres años. Con este acuerdo, las agencias de viajes *online* de todo el mundo pueden acceder a toda la oferta de rutas y tarifas de Deutsche Bahn a través de Amadeus Rail Web Services, mientras que las agencias de viajes tradicionales y las corporaciones seguirán haciéndolo a través de Amadeus Rail Display y Amadeus eTravel Management, respectivamente. La plataforma de Amadeus para reservas de tren ofrece a las agencias de viajes *online* una solución completa para acceder a los trayectos de más de 10 proveedores líderes, entre ellos Deutsche Bahn.

Travel Intelligence:

Dentro del negocio Travel Intelligence, en verano Amadeus lanzó el módulo Amadeus Agency Insight, en cuyo listado de clientes usuarios figuran ya actores destacados como **Costamar, Makemytrip, Despegar, Asiana Global Travel Service, Delfos, Travelfast, Happy Tours y Nuevo Mundo**. La cartera de soluciones Travel Intelligence ayuda a las agencias de viajes a aprovechar las tecnologías de Big Data transformando los datos sobre mercados y viajeros en información procesable y exclusiva. El conocimiento que aportan los datos facilita la toma de decisiones estratégicas en áreas como nuevas rutas y su rentabilidad y mercados a los que dirigirse con el fin de impulsar los patrones de búsqueda de los viajeros y comparar el rendimiento de la agencia frente a sus competidores. Esta cartera de soluciones se asienta sobre Amadeus Travel Intelligence Engine, una plataforma en la nube y escalable diseñada para ofrecer la máxima flexibilidad y velocidad sin límites de datos.

A finales de año, Amadeus lanzó Amadeus Schedule Recovery, su última solución de inteligencia para viajes (Travel Intelligence), para lo que contó con **Qantas Airways** —la mayor compañía aérea de Australia— como socio de lanzamiento. Mediante análisis de datos para tomar decisiones rápidas, como retrasar o cancelar vuelos o reasignar *slots* de aterrizaje, esta herramienta permite a las aerolíneas minimizar las interrupciones en su operativa provocadas por acontecimientos externos, como la climatología adversa o la congestión del tráfico aéreo. Esta herramienta cuenta con tres módulos: Airport Resource Tracker, Schedule Manager y Schedule Optimiser.

Negocio de soluciones tecnológicas

- Los ingresos ordinarios aumentaron un 22,1%, hasta alcanzar los 1.174,9 millones de euros.
- El volumen de pasajeros embarcados aumentó un 7,5%, hasta un total de 747,3 millones, impulsado por el efecto de las nuevas migraciones de aerolíneas a Altéa, como la de **Thomas Cook Group Airlines** y la del negocio de vuelos internacionales de **All Nippon Airways**.
- La adquisición de Navitaire a Accenture, que se anunció durante el año, fue completada en enero de 2016.

Tecnología para aerolíneas (Airline IT):

Después del cierre del ejercicio 2015, el 26 de enero de 2016 Amadeus anunció que, tras obtener la aprobación regulatoria correspondiente, quedaba cerrada la adquisición de **Navitaire**, un proveedor de soluciones tecnológicas y de negocio para la industria de las aerolíneas, hasta ahora en manos de **Accenture**, por 766,5 millones de euros. La incorporación de la cartera de productos y soluciones de Navitaire para aerolíneas de bajo coste complementa la oferta de Altéa, el conjunto de soluciones dirigidas principalmente a las aerolíneas tradicionales, lo que permitirá a Amadeus proporcionar servicios a un espectro más amplio de líneas aéreas. Amadeus comercializará las dos carteras de productos de forma separada y seguirá invirtiendo en el desarrollo de las dos plataformas para mejorar los servicios y funcionalidades para todas las tipologías de aerolíneas.

Al cierre del año, 132 aerolíneas en todo el mundo tenían contratados los módulos Altéa Reservation (gestión de ventas y reservas) y Altéa Inventory (gestión de inventario), 120 de las cuales tenían contratada la plataforma Altéa al completo (que incluye el módulo Altéa Departure Control). De esas 132 aerolíneas con contrato, 124 ya habían implantado los módulos Altéa Reservation y Altéa Inventory, 105 de las cuales estaban usando ya la plataforma Altéa al completo. La plataforma Altéa permite una integración más estrecha entre las aerolíneas asociadas que necesitan compartir información sobre disponibilidad, tarifas, clientes y reservas, y posibilita que el viajero tenga una experiencia homogénea entre los distintos socios de una alianza aérea.

La última incorporación a la plataforma Altéa es la de **Brussels Airlines**, que contrató el paquete Altéa al completo en 2015. Esta aerolínea transporta aproximadamente 7,5 millones de pasajeros al año y en enero de 2016 implantó Altéa Reservation y Altéa Inventory (al mismo tiempo que **Swiss International Air Lines**).

Scandinavian Airlines (SAS) migró a Amadeus Altéa Revenue Management Suite, lo que representó el establecimiento de las bases de lo que es el sistema de tarificación más preciso e inteligente para los paquetes y las ofertas de las aerolíneas. Este hecho se enmarca en la alianza estratégica firmada en 2013, por la que los expertos en gestión de ingresos de SAS suman sus esfuerzos y conocimiento con los de Amadeus para crear un Centro de Competencia pionero. Amadeus Altéa Revenue Management Suite está diseñada específicamente para contrarrestar el efecto de reducción de precios que generan las prácticas tradicionales de gestión de ingresos, cuyos sistemas no alcanzan a entender adecuadamente a los viajeros que compran billetes de avión a precios reducidos.

Lufthansa se convirtió en la primera aerolínea en contratar Altéa Corporate Recognition, una solución que permite identificar a los viajeros de empresa en el momento de la reserva. Realizando ofertas personalizadas en todas las etapas del trayecto, optimizando el gasto total y mejorando la experiencia de viaje, las aerolíneas pueden centrarse activamente en las necesidades de las empresas y ofrecer servicios como servicios de equipaje opcional y asientos preferentes. Este servicio se complementa con las soluciones de fidelización y personalización de Amadeus: Loyalty Management Suite y Altéa Awards Suite.

En respuesta al reto que le plantean a las aerolíneas los crecientes volúmenes de búsquedas de vuelos a través de canales digitales (actualmente, las tasas de conversión de las aerolíneas pueden rondar 1000:1), Amadeus lanzó Airline Cloud Availability, una solución de disponibilidad dinámica en la nube que también aplica técnicas de gestión dinámica de ingresos. Ésta ha sido probada con éxito por **Lufthansa** y la **Plataforma Cloud de Google**. Al sincronizar en tiempo real los sistemas centrales de la aerolínea y las réplicas de sus sistemas de cálculo de la disponibilidad, los consumidores pueden buscar y comprar las ofertas de Lufthansa de forma más eficiente y recibir resultados precisos —casi al 100%— de la disponibilidad de la aerolínea, con independencia de la configuración tecnológica que esté utilizando el distribuidor de viajes. Al mismo tiempo, la aerolínea no pierde ninguna oportunidad de venta, ya que puede responder con precisión a estas solicitudes de compra que crecen exponencialmente, protegiendo en todo momento sus propios sistemas centrales.

Nuevos negocios

Tecnología para hoteles (Hotel IT):

InterContinental Hotels Group PLC (IHG) y Amadeus anunciaron una alianza para desarrollar un sistema de reservas de huéspedes de última generación que revolucionará los cimientos tecnológicos del sector hotelero mundial. Sobre la base de un nuevo "modelo comunitario" en la nube, similar al que Amadeus desarrolló para la industria aérea, este sistema será toda una novedad en el mercado hotelero.

Amadeus amplió su oferta tecnológica para el sector hotelero con la adquisición de la empresa holandesa **Itesso BV**, proveedora de sistemas de gestión de establecimientos hoteleros (PMS) en la nube. Gracias a su solución en la nube Itesso Enterprise Lodging System (Itesso ELS), Itesso está a la cabeza del sector en el desarrollo de una nueva generación de tecnologías de gestión de establecimientos. Actualmente, suministra soluciones PMS a 1.800 hoteles de todo el mundo. Caracterizada por una atención al cliente que le ha valido premios y una

mentalidad orientada a la simplificación de las relaciones comerciales, Itesso supone una valiosa incorporación a la cartera de tecnologías para la industria hotelera de Amadeus.

Amadeus también amplió su oferta al sector hotelero en los ámbitos de ventas y servicios de restauración con la adquisición de **Hotel SystemsPro**, materializada a través de Newmarket, empresa del grupo Amadeus. Esta adquisición aporta una cartera de productos complementaria dirigida a hoteles de tamaño medio. Hotel SystemsPro es un proveedor estadounidense de aplicaciones informáticas para gestión de ventas, servicios de restauración y mantenimiento dirigidas al sector de la hostelería. La compañía suministra soluciones de alta prestación basadas en ASP (Application Server Provider) a empresas y establecimientos. Cuenta con más de 4.500 hoteles clientes en Norteamérica y otros países.

Conjuntamente, estos dos acuerdos de adquisición acercan a Amadeus a su objetivo de aunar los sistemas conocidos hoy día como sistemas centrales de reservas (CRS), sistemas de gestión de establecimientos hoteleros (PMS), sistemas de gestión de ingresos (RMS), sistemas de ventas y catering y otros, en una plataforma en la nube centrada plenamente en la experiencia del huésped.

Tecnología para aeropuertos (Airport IT):

En esta línea de negocio, Amadeus aceleró su expansión el mayor mercado de soluciones tecnológicas para aeropuertos del mundo, Norteamérica, mediante la adquisición de la empresa con sede en Florida **Air-Transport IT Services Inc. (Air IT)**. Las soluciones de **Air IT** se emplean actualmente en 30 de los 50 aeropuertos con mayor tráfico de EE. UU. y tienen una sólida base de clientes formada por más de 70 operadores aeroportuarios de EE. UU., Canadá y el Caribe. Fuera de Norteamérica, Amadeus podrá complementar su oferta actual con la cartera PROPworks® de Air IT, usada actualmente en 4 de los 5 aeropuertos de mayor tráfico de EE. UU.

El aeropuerto de Perth, el cuarto por volumen de pasajeros en Australia, con más de 14 millones de pasajeros anuales, prevé recortar los costes de procesamiento de pasajeros un 26% y reducir las emisiones de dióxido de carbono mediante la implantación de la plataforma Amadeus Airport Common Use Service (ACUS). ACUS es una plataforma avanzada de uso comunitario que permite acceder a los sistemas de procesamiento de pasajeros e instalarlos en cualquier lugar cuando se necesite.

Amadeus contribuyó a que el **aeropuerto de Múnich** redujera el tiempo de espera en sus pistas un 50% y los retrasos de los vuelos entrantes un 24%, además de mejorar un 22% el grado de cumplimiento de las franjas de vuelo, gracias a la adopción de Amadeus Airport Sequence Manager. Esta solución mejora la planificación de las salidas de vuelos y la capacidad de las pistas con el fin de reducir el impacto medioambiental y generar ventajas para todo el ecosistema aeroportuario.

Pagos:

Elavon, un destacado proveedor de servicios internacionales de pago que trabaja con más de 50 de las principales aerolíneas del mundo y que es el procesador de pagos con tarjeta más importante dentro del sector del viaje, integrará sus soluciones de procesamiento de pagos en Amadeus Payments Platform (APP). La plataforma de pagos de Amadeus es utilizada por más de 300 aerolíneas y garantiza un proceso de autorización rápido y sencillo integrado en la emisión y venta de billetes.

Durante el primer trimestre de 2016, Amadeus lanzó B2B Wallet Prepaid, un sistema de pago virtual para agencias de viajes que les ayuda a elevar su flujo de caja. Este sistema consiste en dos tarjetas virtuales vinculadas a una misma cuenta. Mientras que una proporciona a las agencias un reembolso sobre el importe gastado, la otra ayuda a evitar los recargos por pago con tarjeta que aplican algunos proveedores de viajes. B2B Wallet Prepaid complementa la actual oferta de tarjetas de crédito virtuales de Amadeus.

Información adicional sobre el ejercicio anual:

Por cuarto año consecutivo, Amadeus fue incluido en los **índices Dow Jones de sostenibilidad (DJSI)**, en la categoría de software y servicios de TI e Internet. Los DJSI están integrados por líderes mundiales en sostenibilidad, identificados por criterios económicos, medioambientales y sociales, y se encuentran entre los baremos más apreciados por los inversores a la hora de evaluar la sostenibilidad y el desempeño medioambiental. Únicamente el 10% de las empresas con mayor puntuación en sus clasificaciones pasan a formar parte de ellos.

Amadeus ocupó la primera posición dentro del sector europeo de viajes y turismo en la edición 2015 del estudio sobre inversión en I+D de la **Comisión Europea (CE)** (basado en datos del ejercicio 2014). Durante 2014, Amadeus invirtió 568,4 millones de euros en I+D, con lo que la inversión total entre 2004 y finales de 2014 asciende a más de 3.500 millones de euros. En 2015, Amadeus invirtió otros 660,7 millones de euros. Este ranking, que analiza la inversión en I+D por parte de empresas europeas e internacionales, clasifica a las empresas en función de su inversión total.

Amadeus firmó una alianza con la **Organización Mundial del Turismo (OMT)** para avanzar en el uso de tecnologías innovadoras en el sector turístico, en áreas como la educación y la multimodalidad. Amadeus es miembro afiliado de la OMT desde 2007 y recientemente firmó un memorando de entendimiento que consolida esta alianza en varias áreas. A este respecto, cabe mencionar el desarrollo de un prototipo de la OMT sobre multimodalidad (la planificación puerta a puerta y la emisión de billetes en todas las modalidades de transporte posibles) para integrar aún más los diferentes medios de transporte entre destinos de todo el mundo.

Iberia y Amadeus renovaron su alianza para apoyar a **UNICEF** y su lucha contra las enfermedades mortales. A través de una plataforma desarrollada por Amadeus, los viajeros que compran billetes en la página web de Iberia pueden realizar donaciones. Esta iniciativa forma parte del programa Technology for Good de Amadeus,

que contempla el uso de su tecnología para impulsar proyectos de sostenibilidad y desarrollo social. Mediante esta colaboración con UNICEF e Iberia, a la que se han sumado otras aerolíneas como **Finnair** y **Norwegian**, ya se ha donado más de 1 millón de dólares.

En abril, el informe *Future Traveller Tribes 2030: understanding tomorrow's traveller*, encargado por Amadeus y elaborado por **The Future Foundation**, una consultora internacional especializada en tendencias de consumo, identificó los seis segmentos y perfiles diferentes de viajeros que previsiblemente emergerán en el sector y se convertirán en dominantes durante los próximos quince años. Este informe fue la base para un estudio posterior lanzado en junio, *Future Traveller Tribes 2030: Building a more rewarding journey*, encargado por Amadeus y elaborado por **Frost & Sullivan**, que ofrece consejos prácticos a las aerolíneas y otros proveedores de viajes que deseen desarrollar estrategias para crear una experiencia de viaje más enriquecedora para los nuevos segmentos de viajeros.

Notas a redactores:

Amadeus es una compañía de referencia en la provisión de soluciones tecnológicas avanzadas para la industria de los viajes a nivel mundial. Entre los grupos de clientes de la compañía, destacan proveedores (aerolíneas, hoteles, compañías ferroviarias, líneas de ferry, etc.), distribuidores de productos de viajes (agencias y portales de viajes) y compradores de viajes (corporaciones y empresas de gestión de viajes).

El grupo Amadeus cuenta con alrededor de 13.000 empleados en todo el mundo repartidos en sus sedes de Madrid (oficinas centrales), Niza (desarrollo) y Erding (operaciones), así como en 71 organizaciones comerciales (ACO, Amadeus Commercial Organisations) en todo el mundo.

La compañía aplica un modelo de negocio basado en el procesamiento de transacciones.

Amadeus cotiza en las bolsas españolas bajo el símbolo AMS.MC y forma parte del índice IBEX 35.

Para obtener más información acerca de Amadeus, visite www.amadeus.com y www.amadeus.com/blog para información acerca de la industria del viaje.

Síguenos en: 

Datos de contacto:

Amadeus IT Group

Roman Townsend

Teléfono: +34 91 177 1917

Email: roman.townsend@amadeus.com