

## SUMARIO

### **Internet y la Nueva Economía en las empresas.**

#### **Estudio del caso Amadeus**

Rosana de Pablo Redondo

El objetivo central de este libro consiste en estudiar en qué medida Internet y la Nueva Economía están influyendo en las empresas y qué alteraciones se producen en su estructura, en su competitividad y en su valoración. El Estudio se completa con el análisis financiero-empresarial de Amadeus, compañía emblemática del sector turístico dentro de los Sistemas Globales de Distribución (GDS). La elección de esta empresa se debe a que Amadeus está completamente integrada dentro de lo que se conoce como Nueva Economía y utiliza los medios más avanzados de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

El Estudio se ha estructurado en cuatro Capítulos. En el Capítulo 1 se analizan la superestructura y la infraestructura en las que se apoyan Internet y la Nueva Economía, pues sin ellas no se produciría el cambio tecnológico al que estamos asistiendo actualmente. La superestructura es la Sociedad de la Información y la infraestructura son las Autopistas de la Información, integradas estas últimas dentro de lo que se conoce como las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). El Capítulo analiza las características que definen a la Sociedad de la Información actual, así como sus potencialidades y limitaciones en el marco empresarial de la Nueva Economía. También pondera el valor de la información disponible y hasta qué punto un exceso de información puede producir efectos no deseados de saturación. Se estudia la infraestructura que se utiliza y las características de las TIC para evaluar en qué medida estas tecnologías facilitan el tratamiento de los flujos de información tanto dentro de las empresas como en las relaciones entre ellas.

El Capítulo 2 analiza el papel de Internet como herramienta que facilita el desarrollo de la economía y el impacto que la Nueva Economía ejerce sobre los diferentes mercados. En primer lugar, se estudian las características que hacen de Internet una plataforma que permite acceder a grandes volúmenes de información a bajo coste, los problemas de seguridad que pueden presentarse, así como las posibles soluciones técnicas que se están implementando. En segundo lugar, se abordan los aspectos que definen a la

Nueva Economía, así como su relación con las TIC y con Internet, y cómo todo ello coadyuva al fenómeno de la globalización de la economía. Aquí se profundiza en el análisis de las consecuencias de la globalización, sus efectos sinérgicos, su impacto en los mercados y los retos que presenta de cara al futuro. La empresa está sometida a cambios muy profundos como consecuencia de la globalización de los mercados, del rápido desarrollo de la Nueva Economía y de la utilización de las nuevas plataformas, tanto de Internet como de las más recientes tecnologías.

El Capítulo 3 investiga cómo afecta la Nueva Economía a las empresas tradicionales, y cómo surgen, al amparo de las tecnologías ya citadas y de la utilización de Internet, las nuevas empresas virtuales que han tenido un éxito inicial fulgurante, a pesar de no producir beneficios y de necesitar fuentes de financiación abundantes. La aparición de una burbuja especulativa produjo la crisis del 2000 con el consiguiente hundimiento de muchas empresas *puntocom* y la desaparición de parte de ellas. En este Capítulo se analiza la estrategia de las empresas virtuales, se estudian sus puntos fuertes y débiles, y cómo se desarrolla un modelo de empresa híbrido que combina la presencia física en el mercado con la utilización de las nuevas tecnologías para operar en el medio virtual. Dado que la mayoría de las empresas que utilizan Internet desarrollan también actividades de comercio electrónico, se analizan sus diferentes modalidades y se estudian las ventajas e inconvenientes de cada una de ellas. Las perspectivas de futuro de las empresas ante la Nueva Economía es otra cuestión que se aborda para completar esta parte del Estudio.

En el Capítulo 4 se exponen los diferentes aspectos que definen a la empresa Amadeus y se valoran al objeto de deducir el precio que debería tener de acuerdo con la información histórica de la que se dispone (facilitada por la propia compañía), y de los datos que se han obtenido a través de Internet y de otras referencias. Amadeus es una empresa que presta un conjunto de servicios que consisten, fundamentalmente, en suministrar las redes de trabajo y los sistemas de información necesarios para conectar a los proveedores de servicios de viajes (líneas aéreas, ferrocarriles, hoteles y *tour* operadores) con las empresas que los distribuyen y comercializan (agencias de viajes). Inició su andadura en 1987 y es líder, junto con la norteamericana Sabre, en el subsector de la distribución de reservas de viajes. El sector de los GDS actúa como un oligopolio formado por cuatro empresas, las dos ya citadas más Galileo y Worldspan. En el libro se analiza el porqué de la existencia de este oligopolio y las barreras de entrada para cualquier empresa

que pretenda competir en este mercado. También se estudia en qué medida les pueden restar cuota de mercado las líneas aéreas de bajo coste mediante la utilización de Internet y las propias agencias de viaje que, a través de la desintermediación del producto, pueden eludir el pago de una comisión fija por cada reserva.

Para detectar cuáles son las principales amenazas y debilidades que tienen las empresas del sector de los GDS, y en particular Amadeus, se realiza un análisis DAFO que nos proporciona también información sobre sus fortalezas y oportunidades. Otra faceta que se ha de analizar es la referente a las nuevas iniciativas de Amadeus para contrarrestar la competencia que surge de las empresas que actúan en Internet. En esta línea, la empresa ha desarrollado soluciones basadas en Tecnologías de la Información como elemento fundamental para la fidelización de sus clientes. Esto le ha permitido a Amadeus colocarse en una posición ventajosa, ya que se convierte en parte de los sistemas internos de las líneas aéreas que operan con ella. También es importante analizar otros posicionamientos de Amadeus para mantener su política de adquisiciones, alianzas y desarrollo de nuevas tecnologías. Por último, se realiza la valoración de Amadeus con objeto de obtener el valor de las acciones de la empresa. Se efectúa un análisis de sensibilidad de los resultados y se consideran diferentes alternativas en función de que se estime un escenario base, o más probable, y otros dos más, uno optimista y otro pesimista.

## **Internet y la Nueva Economía en las empresas.**

### **Estudio del caso Amadeus**

Rosana de Pablo Redondo

ISBN: 84-88533-86-1

272 páginas