

Nuevas tecnologías. Clave para el futuro de las AAVV

En el pasado Congreso de AEDAVE celebrado en Gran Canaria, una de las ponencias trataba de la "Aplicación a las nuevas técnicas para las agencias de viaje en Internet", que fue presentada por Manuel José Sos, director gerente de Pipeline. Creemos que el tema es de gran importancia para dicho sector y por ello le pedimos nos realizara este artículo sobre el tema, esperando poder ayudar a aclarar dudas sobre la utilidad de las nuevas tecnologías para las agencias.



Manuel Sos Gallén, director gerente de Pipeline.

El sector de las Agencias de Viajes (AAVV) está atravesando un momento muy difícil. La situación actual es consecuencia directa de la dura crisis económica que estamos sufriendo, pero también es el resultado de los importantes cambios que se están produciendo en el mercado y la evolución que está experimentando el conjunto de nuestra sociedad, impulsada por las Nuevas Tecnologías (NNTT) y en especial los nuevos sistemas de comunicación e Internet.

Es en momentos complejos, como los actuales, cuando la tecnología resulta más valiosa. La correcta utilización de las NNTT facilita la innovación en el sector de las AAVV, permite que las agencias ahorren costes, mejora el servicio que prestan a sus clientes, facilita el acceso a nuevos clientes y mercados,... en definitiva, permite que las agencias sean más eficaces y competitivas, siendo clave para el futuro de las mismas.

La utilización de

tecnología no es una novedad para las AAVV. El sector, a pesar de estar formado principalmente por PYMES, ha hecho históricamente un uso intenso y precoz de las NNTT.

La introducción de las mismas en las agencias se produjo de la mano de los CRSs (sistemas informáticos de reservas) de las compañías aéreas y otras grandes empresas de transporte, cuyo desarrollo comenzó en la década de los sesenta (hace ya medio siglo). En España, entre otros sistemas pioneros, RENFE desarrolló su Pupitre Electrónico a finales de la década de los sesenta e IBERIA creó SAVIA en 1978, para implantar su CRS RESIBER.

Los CRSs evolucionaron hacia los GDSs (Sistemas Globales de Distribución), mediante la unión de múltiples CRSs y la posterior unión o absorción de distintos GDSs. El sector de las AAVV realizaba comercio electrónico décadas antes de que éste se desarrollara sobre Internet.

Sin duda, esta familiaridad con la tecnología ayudó en gran medida a la rápida introducción de la microinformática en las agencias, a partir del boom del ordenador personal en la segunda mitad de la década de los ochenta. Estos ordenadores se utilizaron inicialmente para procesos administrativos y ofimáticos. A finales



de los ochenta comenzó el desarrollo de aplicaciones específicas de gestión comercial para Agencias de Viajes, cuya implantación masiva se produciría a partir de la década siguiente y continúa todavía en la actualidad.

El panorama tecnológico en el sector de las AAVV a principios de los noventa mostraba una clara dualidad: GDS y sistema interno de gestión. Estos dos sistemas estaban aislados, incluso en equipos distintos. Nuevas soluciones, como los registros AIR (Amadeus Interface Record) permitieron la unión de ambos sistemas, marcando el camino para el óptimo aprovechamiento de las NNTT, la integración de sistemas.

Desde finales de los noventa, Internet ha revolucionado el panorama. El crecimiento de esta inmensa red de comunicaciones ha permitido la aparición de nuevos modelos de negocio y nuevos actores, el desarrollo de nuevos procesos de trabajo, ha potenciado la relación entre empresas y entre empresas y consumidores, ha creado nuevos hábitos de consumo y nuevas demandas y necesidades, ... En este nuevo entorno, se ha cuestionado en muchas ocasiones el papel de los intermediarios en general y de las AAVV en particular. En un reciente estudio de Amadeus y ACAV, las AAVV identificaban Internet como una de las principales amenazas para el sector. ¿Es esto realmente así...?

Pensamos que no. Internet y las NNTT, lejos de constituir una amenaza para las AAVV, pueden ser su principal aliado. Pero, para ello, es necesario que las AAVV se adapten a la nueva realidad, incorporen las tecnologías en sus procesos de trabajo y aprovechen todas las ventajas y oportunidades que les ofrece Internet. Afortunadamente, existen soluciones tecnológicas que dan respuesta a estas necesidades y, además, están al alcance de todas las agencias.

Internet ha permitido la aparición de cientos de sistemas de reservas de uso profesional. Su valor para las AAVV es indudable, pero para poder trabajar de forma eficaz en este nuevo entorno multisistema es necesario hacer uso de nuevas soluciones tecnológicas, como el sistema Login Único, que permite la utilización de todos los principales



sistemas de reservas para AAVV sin necesidad de utilizar claves, los sistemas de captura de reservas o conciliación de facturación implementados en las aplicaciones **Orbis de Gestión Comercial para Agencias de Viajes** y metabuscadores, como **Orbis Hoteles** o **FlightScanner**.

Internet es un nuevo canal de venta para las agencias de viajes,

que viene a unirse a los canales tradicionales (puntos de venta, implants, call centers, ...). Todas las agencias de viajes deben estar presentes en este nuevo canal, utilizándolo en función de sus necesidades, mercados y objetivos. Existen soluciones económicas para iniciarse en este nuevo canal, como los micrositos incluidos en la Intranet AAVV.com, soluciones avanzadas y personalizadas para sacarle mayor partido, como **Orbis Vending** y los



sistemas de informes para empresas integrados con Orbis, y herramientas avanzadas para aprovechar todas las posibilidades de comercio electrónico B2B y B2C que brinda Internet, como **Orbis Booking** y sus módulos complementarios.

Internet es una gran plataforma para mejorar la comunicación con los clientes y desarrollar acciones de marketing económicas y eficaces. El aprovechamiento de nuevos sistemas, como las redes sociales y blogs, integrados con la web de la agencia y complementadas con la utilización de listas de distribución y soluciones de marketing de proximidad como **Orbis Blue**, ayuda a la fidelización de clientes y permite acceder a nuevos clientes y mercados. Los grupos de gestión pueden aprovechar Internet para el desarrollo de marcas blancas y acciones comerciales avanzadas, que pueden mejorar significativamente la competitividad de sus agencias.

Las AAVV pueden acceder a paquetes integrados de herramientas que les ayuden a trabajar en el nuevo panorama dibujado por las NNTT, gracias a sistemas como las Soluciones ASP para Grupos de Gestión o la Intranet AAVV.com, que incluyen múltiples herramientas para aprovechar las ventajas que ofrece Internet y mejorar la productividad de las agencias. También pueden contar con apoyo adicional de las organizaciones empresariales sectoriales, a través de sus plataformas tecnológicas.

Las aplicaciones de Gestión Comercial para Agencias de Viajes, como la familia de soluciones Orbis, líder en España, ya no sólo ofrecen integración con GDSs y respuesta global a las necesidades de facturación, gestión y administración de la agencia, sino que permiten además la integración con cientos de sistemas profesionales, mejorando la eficacia de los agentes de viajes y facilitando su trabajo en el nuevo entorno multisistema. La captura de datos de GDSs se complementa con el acceso directo a herramientas como Checkmytrip y soluciones como BSP Convert para la conciliación automática del BSP.



También ofrecen nuevas soluciones integradas con la gestión, como el sistema **Orbis Seguros**, que permite la comercialización de seguros de asistencia en viaje directamente desde la propia aplicación comercial, de forma automática y eficaz. El sistema **Orbis SmS** integra la gestión comercial de la agencia con un servicio de mensajería a través de telefonía móvil, facilitando la comunicación con los clientes y permitiendo usos avanzados, como el marketing personalizado vía SMS, integración GDS-Gestión-SMS, programación de mensajes, ...

Gracias a estas integraciones, las aplicaciones **Orbis de Gestión Comercial** generan automáticamente una gran base de información sobre los clientes, permitiendo el aprovechamiento de la misma con funciones de CRM y su integración con el resto de sistemas tecnológicos de la agencia.

En suma, las agencias deben transformar el modelo de trabajo que utilizaban a finales del pasado siglo XX (gestión comercial + GDS) hacia un nuevo modelo que les permita la utilización de cientos de sistemas, para lo que resulta imprescindible la integración entre los mismos mediante nuevas soluciones tecnológicas. Estas soluciones están disponibles y permiten infinidad de variaciones y combinaciones, siendo capaces de

ofrecer respuestas personalizadas a las necesidades y objetivos de cada agencia.

La correcta selección, implantación y aprovechamiento de estas soluciones tecnológicas en las AAVV, permite mejorar el servicio que prestan a sus clientes y el conocimiento sobre los mismos, ayudando a su fidelización, permite llegar a nuevos clientes y nuevos mercados, incrementa las ventas y los márgenes comerciales, mejora la eficacia del personal, ahorra tiempo y costes, optimiza los sistemas de control y toma de decisiones, ... En definitiva, permite que las agencias de viajes sean rentables y puedan competir en condiciones ventajosas en un entorno cada vez más complejo.

La tecnología no resulta cara en la actualidad. Soluciones como las comentadas están al alcance de todas las agencias de viajes, incluso de las más modestas. La rápida evolución de las NNTT dificulta su asimilación por parte de las PYMES, impidiendo su implantación y aprovechamiento. Empresas tecnológicas como **Pipeline Software**, con 20 años de dedicación exclusiva al sector de las AAVV, pueden prestar el apoyo y asesoramiento personalizado necesario para que cada agencia pueda encontrar la respuesta adecuada a sus necesidades. ☺