

Máxima conectividad de Sol Meliá con Amadeus hoteles

Este grupo hotelero utiliza en sus 273 hoteles ubicados en diversos países del mundo el Dynamic Access, un sistema que también tienen implantado 118 cadenas a nivel mundial y que garantiza al agente información en tiempo real de toda su oferta de plazas y precios y que ahorra un 61% en el tiempo de gestión de las reservas. Amadeus, el GDS con más amplia oferta de servicios y plazas hoteleras en su sistema, sigue sumando clientes: 1.600 establecimientos más entre abril y junio, un 25% de ellos hoteles independientes y con encanto

Una de las grandes firmas hoteleras en España y en el mundo, Sol Meliá, ha contratado el máximo nivel de conexión con el sistema Amadeus para proveedores hoteleros. Javier Silvestre, director de distribución del Grupo, afirma que “es una cuestión de prestigio mostrar nuestros hoteles en el máximo nivel de conectividad” y que “para Sol Meliá supone un paso más dentro de la estrategia de adaptarnos al mercado y a nuestros clientes, incorporando los avances de la industria a nuestros sistemas”.

Sol Meliá utiliza desde el 9 de agosto el Dynamic Access, solución que permite a las agencias acceder desde sus pantallas de trabajo SAVIA Amadeus su inventario de plazas y tarifas, y utilizar, directamente y en tiempo real, la misma información que manejan los operadores de la cadena hotelera a nivel mundial. De esta forma, el agente tiene garantizada la calidad de la información desde la primera consulta y puede calcular los presupuestos y hacer las reservas de sus clientes con el máximo rigor. En sus consultas pueden acceder a las tarifas más económicas de cada hotel y conocer el cupo exacto de habitaciones vacantes, funciones no disponibles en los niveles básicos de acceso al sistema de reservas.

El director de distribución de Sol Meliá señala al respecto que “todo lo que el agente ve en la pantalla de SAVIA Amadeus se envía directamente

desde el corazón de nuestro sistema de reservas: disponibilidad, precios, condiciones de reserva, etc; es decir, sin datos estáticos de ficheros que se actualizan periódicamente. La comunicación es totalmente *on line*. Y en el rango de precios, se mostrará la tarifa más económica disponible de cada uno de ellos”. Todo ello solventa muchas limitaciones del agente y agiliza su atención al viajero.

Ahorro de tiempo, máxima audiencia

Javier Silvestre remarca que en Sol Meliá “somos conscientes de que los agentes necesitan más facilidades para realizar su labor en un entorno cada vez más competitivo”. Por su parte, Felipe González Abad, de SAVIA Amadeus, considera que “la incorporación de Sol Meliá a este nivel de conexión ofrece un gran valor añadido a nuestras agencias clientes, pues para el viajero es fundamental recibir información detallada y completa desde la primera toma de contacto con el agente, y cada vez son más los proveedores hoteleros que optan por el Dynamic Access de Amadeus”. De hecho, ésta es la conexión utilizada por 118 cadenas a nivel mundial, entre ellas, Candlewood Suites, Columbus, Crowne Plaza, Holiday Inn, Intercontinental Hoteles, Maritim Hotels, Marriott, NH Hoteles, Radisson Hotels, Sercotel, Small Luxury, Star Hotels, Starwood, Staybridge, Suites o Supranational.



CUESTIÓN DE PRESTIGIO

Javier Silvestre, director de distribución de Sol Meliá, considera que, por prestigio, esta cadena hotelera internacional debe “mostrar sus hoteles en el máximo nivel de conectividad”.



Junto a la ventaja de la conexión directa Amadeus-Sol Meliá, para las 8.550 agencias conectadas a SAVIA Amadeus también representa una reducción de tiempo de un 61% al tramitar las reservas a través de SAVIA Amadeus en lugar de Internet, según datos de Hermes Management Consulting.

En Sol Meliá tienen claro el papel estratégico de los GDS. “Desde que incorporamos nuestros hoteles a estos canales hace más de 12 años –dice Silvestre– Sol Meliá lleva a cabo continuas acciones de ventas y formación en distintos mercados dirigidas a fomentar el uso de los GDS entre los agentes de viajes y también a concienciar a nuestros propios hoteles para que comprendan la importancia que una audiencia, como la que representa este canal, puede tener en su distribución.

Sol Meliá tiene todas sus tarifas a la venta en Amadeus. “La única excepción, además de respetar las restricciones propias de los contratos y acuerdos –precisa Silvestre–, son las promociones exclusivas de nuestra página web, sujetas a condiciones de venta más restrictivas y a un cupo limita-



do de habitaciones, y algunos paquetes que técnicamente no se pueden poner aún a la venta en GDS. Sabemos que Amadeus ya trabaja en ello y Sol Meliá es una de las cadenas europeas que está colaborando con Amadeus en uno de los grupos de trabajo”.

1.600 hoteles más en Amadeus

Las agencias españolas conectadas a SAVIA Amadeus pueden efectuar reservas con 241 cadenas hoteleras -que representan a 320 marcas- y 56.000 hoteles en todo el mundo, la más amplia oferta hotelera disponible de cualquier sistema de distribución. Esa oferta hotelera de Amadeus sigue creciendo a fuerte ritmo y, así, en el segundo trimestre de 2005 ha sumado a la misma a 1.600 hoteles nuevos.

Las nuevas incorporaciones son el resultado de la estrategia de la compañía de ofrecer un mayor contenido hotelero específico a las agencias de viaje. Uno de los objetivos de dicha estrategia es aumentar el número de hoteles independientes disponibles en Amadeus. Así, más del 25% de los hoteles adheridos los últimos meses son independientes. “Los hoteles indepen-

dientes son cada vez más importantes para las agencias, estén dedicadas al negocio vacacional o al corporativo”, comenta Antoine Medawar, Managing Director de la unidad de negocio Hospitality de Amadeus, quien destaca que se sigue “trabajando con nuestras agencias asociadas para incorporar estos hoteles al sistema a través de una solución simple y de fácil manejo”.

Amadeus canaliza este esfuerzo a través de Otedis, su filial especializada en tecnología para hoteles, que facilita las conexiones directas entre este tipo de establecimientos y el sistema de reservas. Entre enero y junio, Otedis incorporó al sistema 700 hoteles independientes de 18 países de Europa, Latinoamérica y África, que ya pueden comercializar sus plazas a través de las 75.000 agencias y cerca de 10.000 oficinas de ventas de aerolíneas que utilizan Amadeus en todo el mundo. De este modo, los agentes de viajes pueden vender una gama más amplia de establecimientos no ofertados hasta ahora por los sistemas tradicionales de distribución: un palacio marroquí, un castillo francés, un balneario en la Patagonia, hoteles de lujo en Laponia, etc. ■

‘Yo Puedo’, un proyecto de éxito para integrar discapacitados

Carlson Wagonlit Travel (CWT) y la Fundación Adecco han desarrollado una experiencia piloto por la que los 7 personas con minusvalía formadas como agentes de viajes ya tienen empleo

Carlson Wagonlit Travel (CWT) y la Fundación Adecco pusieron en marcha en noviembre de 2004 el proyecto denominado “Yo Puedo”, dirigido a favorecer la integración laboral de personas con discapacidad. A través del mismo, siete personas seleccionadas recibieron formación como agentes de viajes cualificados y, concluida su etapa formativa, cinco han pasado a formar parte de la plantilla de CWT y otros dos encontraron empleo en el sector en un plazo inferior a 15 días.

La Fundación Adecco colaboró en el proceso de selección de los siete candidatos, en el que se buscó un perfil más personal que profesional: eran personas con alguna discapacidad que, además, destacaban por su gran capacidad de aprendizaje y afán de superación para lograr su

ARTÍFICES Y BENEFICIARIOS

En la imagen, los impulsores del acuerdo CWT-Adecco para formar e integrar discapacitados.



integración. Los seleccionados realizaron los cursos, de 6 meses de duración, en agencias de viajes y actividades conexas, etapa en la que contaron con el apoyo y colaboración de Carlson

Wagonlit Travel y SAVIA Amadeus.

Entre los cursos impartidos a este grupo de discapacitados -que disponían de un tutor de CWT que supervisaba sus progresos- destacan el curso SAVIA, de AMADEUS avanzado, de sistema administrativo interno Wings y el curso de atención al cliente de CWT. En paralelo han realizado prácticas reales de trabajo.

Ana Negro, monitora del programa de CWT, describe la experiencia como “una aventura donde las implicaciones eran muy serias. Ha sido una formación teórica/práctica/humana donde ha habido momentos muy duros y momentos muy bonitos. Les estoy muy agradecida a los chicos y chicas de “Yo Puedo” por todo lo que me han enseñado. Me siento muy orgullosa de ellos”.

Por su parte, Isabel Pertusa, coordinadora regional de la Fundación Adecco en Madrid y una de las artífices del plan, explica que “era una apuesta difícil porque se trataba de un proyecto ambicioso. El éxito ha sido de todos. Hemos pasado la prueba de fuego y ahora el siguiente paso es volver a dar la oportunidad a otras personas como éstas. Nuestro objetivo es que esta experiencia la tomen como ejemplo otras empresas de cualquier sector”.