

ÍÑIGO ONIEVA, NH corporate officer Electronic Distribution

Acceso a las mejores tarifas de NH desde Amadeus

Tras la inclusión de NH en BAR, Amadeus ofrece las mismas tarifas que la cadena en su call center o web

Íñigo Onieva director corporativo de Distribución Electrónica desde junio 2005, se incorporó a NH Hoteles en octubre de 2004 como Corporate Manager E-commerce. Desde el 2000 y hasta su incorporación en NH Hoteles trabajó en Terra Networks como Director e-commerce Travel, en desarrollo de nuevos negocios y planificación estratégica en el sector "viajes online" donde participaba en los consejos de Rumbo.es y OneTravel.com, sociedades conjuntas de Terra y Amadeus. Simultáneamente, en Terra, desempeñó otras funciones directivas en otros canales verticales de e-commerce. Anteriormente participó en el Grupo de Distribución mayorista/minorista. Licenciado en CC. EE. y Empresariales y PDI en IESE.

SAVIA: ¿En qué consiste el acuerdo de BAR firmado por NH Hoteles con Amadeus?

Íñigo Onieva: El acuerdo consiste en la participación del programa BAR que ha lanzado Amadeus y en la que NH Hoteles ha querido estar presente. Este compromiso nos ha llevado a realizar durante estos últimos meses importantes inversiones para desarrollar un interface directo entre nuestro webCRS y Amadeus y poder alcanzar los objetivos de este programa BAR desde el primer momento.

SAVIA: ¿Qué implica este acuerdo para las agencias de viajes?

I. O.: El fin que perseguimos con este programa es proporcionar a las agencias de viajes el acceso, a través de Amadeus, a la mejor tarifa pública (BAR) disponible en cualquiera de nuestros hoteles NH en igualdad de precios respecto a nuestros canales, como podrían ser la central de reservas e incluso nuestra propia web.

SAVIA: ¿Qué ventajas tiene para las agencias de viajes reservar NH a través de Amadeus frente a otros canales?

I. O.: Una de las ventajas de las agencias, en el caso de reservar en NH Hoteles a través de Amadeus, es tener la certeza y confianza de que las tarifas y disponibilidades que encontrarán son las mismas que si accedieran directamente a nuestro propio webCRS. Las agencias de viajes son muy importantes para NH Hoteles y nuestra estrategia es ofrecer paridad de precios, disponibilidad de nuestros inventarios, última habitación disponible e información de todos nuestros hoteles en todos los canales de distribución electrónica.

SAVIA: ¿Cree que la incorporación al BAR tendrá un impacto importante en sus reservas a través del sistema?

I. O.: No me cabe la menor duda. Esperamos que la incorporación al programa se traduzca en un incremento de reservas, además de en una retención y fidelización de las agencias.

SAVIA: ¿Qué papel juegan las agencias de viajes en la distribución de NH Hoteles en España? ¿Y a nivel mundial? ¿Cómo espera que evolucione este peso?

I. O.: Las agencias de viajes juegan un papel fundamental, siendo diferente el peso según el mercado donde estemos presentes. La evolución será estable y, por otro lado, siendo conscientes de la importancia que tienen para nosotros las agencias de viajes, las apoyaremos con iniciativas como ésta o con otras como nuestro programa especial para agencias de viajes minoristas NH Comisiones.

SAVIA: ¿Cuál es su peso con respecto al total de sus canales de distribución?

I. O.: El 38,3% de las ventas de NH son

GRANDES VENTAJAS

Una de las ventajas de las agencias al reservar en NH Hoteles a través de Amadeus es tener la certeza y la confianza de que las ofertas son las mismas que desde del webCRS de la cadena.



**260 HOTELES
EN 19 PAÍSES**

A través de Amadeus casi 9.000 agencias en España y 75.000 en todo el mundo tendrán información de las tarifas de los 260 hoteles de la cadena.



**NH podrá ofrecer
a las agencias la
mejor tarifa
pública disponible
gracias a BAR
de Amadeus**



generadas a través de agencias de viajes o intermediarios en España y a nivel mundial este canal representa un 33% aproximadamente.

SAVIA: ¿Qué ventajas ofrece Amadeus a NH Hoteles para su distribución?

I. O.: A través de Amadeus casi 9.000 agencias españolas y más de 75.000 agencias en todo el mundo tienen acceso a las tarifas e inventarios de nuestros 260 hoteles en 19 países. Además, y en línea con los objetivos que tenemos en la compañía, sabemos que Amadeus se esfuerza en ofrecer a las agencias los medios y en aportarles soluciones tecnológicas necesarias para que sean más competitivas y ofrezcan servicios con valor añadido al usuario final de forma que terminen distribuyendo nuestros productos.

SAVIA: ¿Qué peso tiene Amadeus en sus ventas?

I. O.: A través de Amadeus realizamos casi un 70% de las reservas que se hacen por los GDS, debido principalmente a las ventas en España y Alemania, mercados donde ambas compañías tenemos una fuerte implantación y presencia.

SAVIA: En lo que se refiere a Amadeus, ¿qué objetivos tienen para los próximos años?

I. O.: Los objetivos vendrán marcados por establecer una relación estratégica entre ambas compañías, en la que podamos alcanzar acuerdos sobre soluciones tecnológicas que conlleven, entre otros puntos, una reducción de costes de distribución y, dada la obsesión de NH por la paridad de tarifas y accesibilidad a nuestra disponibilidad de inventarios, todo lo relacionado con conectividad con terceros.

NH Hoteles es una compañía hotelera que, por razones de oportunidad de reducción de costes, se ha visto abocada a entrar en áreas como es el desarrollo tecnológico propio de interfaz XML entre nuestros sistemas y el de las agencias de viajes. Por otro lado, en un futuro cabe la posibilidad de llegar a acuerdos con Amadeus sobre soluciones tecnológicas que sean más eficientes para ambas compañías.



NH HOTELES

❖ NH Hoteles (www.nh-hotels.com) ocupa el tercer lugar del ranking europeo de hoteles de negocios. NH Hoteles tiene 262 hoteles con 38.054 habitaciones en 19 países de Europa, Latinoamérica y África. NH Hoteles tiene en la actualidad 18 proyectos de nuevos hoteles en construcción, que supondrán casi 4.000 nuevas habitaciones.

❖ Los hoteles NH destacan por su calidad tanto en servicios como en instalaciones, con una decoración muy cuidada pensada para agradar a todos los gustos, uniforme y con la que el cliente se siente cómodo. Los establecimientos de NH Hoteles cuentan con las más avanzadas tecnologías para facilitar al cliente tanto la comunicación como el trabajo y el entretenimiento.

❖ NH Hoteles cotiza en la Bolsa de Madrid (está en el selectivo Ibex 35). Además, la compañía es miembro del Stoxx Europe 600, que incluye a las mejores empresas europeas y también está incluida en el prestigioso índice de valores Morgan Stanley Capital International (MSCI).

SAVIA: ¿Qué planes tiene para aumentar sus reservas a través de Amadeus?

I. O.: La compañía quiere participar en acciones que faciliten o proporcionen herramientas tecnológicas de venta con valor añadido a las agencias de viaje, como es el caso de la BAR. Sin duda, esto repercutirá en un incremento de reservas en NH. Al mismo tiempo, estamos desarrollando interfaces directos con terceros.

SAVIA: Internet ha supuesto una revolución en el transporte aéreo, llegando a captar el 48% de las ventas en EE UU. ¿Cuál es la situación de los hoteles en Internet en nuestro país y en otros mercados? ¿Cómo cree que evolucionará en los próximos años?

I. O.: La penetración del sector hotelero en Internet es menor que la del sector aéreo en EE UU. Sin embargo, tanto en España como en otros mercados, a pesar de la menor penetración esperamos que los crecimientos sean más rápidos que los del sector aéreo.

Esta mayor aceleración estará provocada por el usuario; por una parte, porque es más maduro, con una curva de aprendizaje y experiencia ya adquirida y, por otro lado, por las agencias, que debido a la reducción de comisiones del sector aéreo están impulsando la venta de productos con mayores márgenes o de valor añadido, como podrían ser los paquetes dinámicos (avión + hotel).

SAVIA: La restauración tiene un papel importante dentro del grupo NH. ¿Se han previsto formas de distribución electrónica para este tipo de producto?

I. O.: La restauración es otra de las prioridades de los hoteles de la cadena, que ofrece a sus clientes una cocina de primera calidad. Además, desde NH Hoteles y con el prestigioso restaurador Ferrán Adrià, que se asoció con nosotros en el año 2000, hemos lanzado nuevos conceptos como 'nhube' y 'Fast Good', espacios pioneros en el sector hotelero que combinan restauración, ocio y descanso para los clientes de la cadena, pero de momento no está previsto que desarrollemos formas de distribución electrónica para la restauración. ■