

Jorge Zamora, director general de Servivuelo

“Decidimos invertir cuando nadie lo hacía”

INVERTIR EN UN DESARROLLO PROPIO Y MANTENER LA CALIDAD Y LOS PRECIOS. ESTAS FUERON LAS DOS DECISIONES MÁS IMPORTANTES QUE HAN PERMITIDO A SERVIVUELO AUMENTAR SU NÚMERO DE CLIENTES Y MEJORAR SUS RESULTADOS A PESAR DE LA CRISIS.

Hace 8 años que Servivuelo se constituyó como agencia y, desde entonces, ha logrado hacerse un hueco en el sector de los consolidadores aéreos. El pasado año, vendió 50.000 billetes, un 67% más que el anterior. Este año, el crecimiento es ya del 26%. “La decisión de invertir en el desarrollo de nuestra propia herramienta como consolidador ha potenciado nuestro crecimiento”, analiza su director general, Jorge Zamora.

¿Cuál es el papel de los consolidadores aéreos en España?

El negocio aéreo es muy complicado, no solo por la venta sino por la gestión de liquidación del BSP o el trato con las aerolíneas. Esto hace que figuras como la del consolidador sean muy importantes.

¿Cómo se creó Servivuelo?

Nos constituimos como agencia en 2003. Cuando obtuvimos la licencia IATA, comenzamos a prestar servicio a otras agencias y, a partir de ahí, a trabajar con Amadeus. Desde hace un año y medio desarrollamos nuestra propia plataforma certificada por Amadeus. A medida que hemos ido creciendo hemos incorporado otras tarifas, como las étnicas o las netas, que nos ayudan a hacer que las agencias sean más competitivas.

¿Cuál es el perfil de agencia que predomina entre sus clientes?

La mayoría, cerca de un 80%, son agencias pequeñas, no IATA. Aunque en este último año y medio cada vez son más las agencias IATA que trabajan con nosotros por las tarifas tan competitivas que ofrecemos y por la calidad de nuestro servicio.

¿Cuáles son los principales servicios que proporciona Servivuelo a las agencias de viajes?

Nuestros ingresos provienen de los *fees* de emisión. Ponemos una plataforma de reservas a disposición de las agencias a través de la que buscan la disponibilidad

de vuelos y realizan sus reservas. Todo esto es gratuito y solamente les cobramos cuando realizan la emisión de los billetes. Son cargos fijos en función de si el billete es nacional (5 euros), europeo (7) o intercontinental (9).

¿Cómo está afectando la crisis económica al sector?

En estos últimos años ha habido consolidadores que han cerrado porque los precios que cobraban por sus servicios eran muy bajos. Nosotros decidimos mantener tanto la calidad como los precios, lo que nos ha mantenido estables.

¿Y a Servivuelo?

Al cerrar algunas empresas, lógicamente, nuestra cartera de clientes se ha incrementado, pero también gracias al desarrollo de acciones comerciales. Esto ha hecho que, en esta situación de crisis, hayamos crecido. Pero no quiero decir que no hayamos controlado los costes. En periodos de crisis es fundamental. Nuestra decisión fue mirar al futuro e invertir en una época en la que nadie lo hace. Creamos una plataforma para que, cuando se acabe la recesión, tengamos un crecimiento rápido y sostenido. ▀

“Hay que utilizar el *online* como una herramienta para prestar mejor servicio a los clientes”

LA EMPRESA POR DENTRO

Quando se creó, Servivuelo contaba con dos empleados, ahora tiene una plantilla de unas 15 personas. Actualmente da servicio a cerca de 2.500 agencias y 1.800 ya se han registrado en su herramienta.



EXPERIENCIA EN EL SECTOR

Jorge Zamora viene del sector tecnológico. El desarrollo propio de Servivuelo es el resultado de su experiencia aplicada a la tecnología de Amadeus.

UNA SOLA HERRAMIENTA PARA LAS MEJORES TARIFAS

La aplicación de Servivuelo cuenta con un Master Pricer Calendar que ofrece la mejor tarifa y genera un calendario de hasta 49 precios para cada día, obteniendo la fecha de salida y de regreso, tres días antes y tres después. De un solo vistazo, el agente de viajes puede ver la tarifa más económica para esas 49 combinaciones y así asesorar mejor a sus clientes. “Esta es una de las funcionalidades nuevas de Amadeus que más éxito tiene. Además, hemos trabajado mucho la usabilidad del sistema para que operaciones complejas, como solicitar la emisión una vez hecha la reserva, se pueda hacer con solo dos clicks de ratón. La operación queda registrada con su fecha, hora y usuario para evitar posibles errores, incidencias y problemas”, explica Jorge Zamora.

Esta inversión se traduce en el desarrollo de un consolidador aéreo propio. ¿En qué consiste?

Es una aplicación de reservas aéreas desarrollada totalmente con Amadeus y pensada para el uso de las agencias de viajes. Este proyecto se ha hecho gracias a nuestra experiencia en este tipo de negocio y a la aplicación de la tecnología de Amadeus. Hemos conseguido una herramienta fácil de usar, rápida y efectiva.

¿Qué ventajas ofrece esta herramienta a las agencias?

En un negocio tan complejo como el aéreo, con tantas compañías y destinos, tener una aplicación que consiga gestionar todo esto bien, y que lo presente de un modo fácil y rápido, es fundamental. Con esta herramienta las agencias pueden hacer todo el proceso: la reserva, la solicitud de emisión y la emisión de forma automática con el *auto ticketing*.

¿Qué planes prevé desarrollar en el medio plazo en torno a este u otros proyectos?

Actualmente estamos especializados en productos aéreos, pero la plataforma que hemos desarrollado es muy flexible y permite incluir otro tipo de productos, como los hoteles, y eso es lo que estamos

estudiando. También estamos trabajando en potenciar aún más la usabilidad de la herramienta.

Usted viene del sector tecnológico, ¿que papel cree que debe representar la tecnología en las agencias?

La tecnología es clave para las agencias de viajes. No concibo el desarrollo del sector sin tener en cuenta la tecnología. Es el futuro.

¿Cree que el sector de las agencias de viajes españolas está suficientemente tecnificado?

La mayor parte de las agencias de viajes han invertido poco en tecnología, quizá por desconocimiento o quizá por el coste que conlleva. Cuando desarrollamos nuestra plataforma el objetivo era que muchas de las tareas diarias se automatizaran, para que el equipo pudiera tener más tiempo para atender mejor a los clientes y resolver las incidencias más rápido.

¿Cómo ve el sector de las agencias de viajes?

Las agencias siempre van a tener futuro. La parte *online*, de la que muchos tienen miedo, hay que utilizarla como un comodín, como una herramienta para poder prestar mejor servicio a los clientes. ■