

Viajeros por Internet está dirigido principalmente a las agencias de viajes que quieran tener una *web* y una *newsletter* / **Comoviajar** es un producto enfocado al cliente, a las agencias de viajes y a los turoperadores / **Internet** informa y ayuda a sortear la crisis / **El buscador de ofertas profesional** está basado en la simplicidad y sobre todo en la experiencia de cientos de agentes

P&S Consulting, distribuye conjuntamente dos de sus productos estrella, **Viajeros por Internet** y **Comoviajar**, como herramienta para dar soluciones de Internet para el Sector Turístico. Gracias a esto, según su director, Cándido Montoya, "las agencias más pequeñas podrán tener el nivel tecnológico de las más grandes". Concretamente, con esta fusión, P&S Consulting quiere facilitar a las pymes del Turismo, las herramientas de fidelización, la integración entre ellas y bases de datos más completas.

P.- ¿Cómo ha evolucionado P&S Consulting desde que se fundó?

R.- Desde 1989, P&S Consulting procesa la información de catálogos de turoperadores, tanto españoles como del resto de Europa. Hemos ido evolu-

cionando, gracias entre otros motivos, a la realización de estudios sobre el posicionamiento de los diferentes destinos, empresas de alojamiento en los principales mercados emisores. Estos estudios los realizamos a través de la Base de Datos Turística (BDT) y de precios de 'paquetes' turísticos para diferentes zonas, dentro del marco del Plan Futuro de la Dirección General de Turismo de España, así como para cadenas hoteleras, destinos, consultorías turísticas, mayoristas de viajes, etc. Entre los destinos se encuentran Almería, Menorca, Tenerife y Costa Dorada.

P.- ¿La web de P&S Consulting permite realizar las gestiones en tiempo real? ¿En qué servicios?

R.- Tenemos una base de datos interrelacionada, y eso permite que el internauta pueda consultar un destino y obtener información mediante *links* del lugar que se va a visitar, como por ejemplo museos, restaurantes, reservar un coche, reservar un hotel, mirar un plano, actividades que se pueden realizar, etc. En P&S Consulting tenemos en cuenta que en la planificación de un viaje no sólo existe la reserva, sino que también existe la información del destino. Y ahí es donde podemos dar una solución global.

P.- ¿Qué es lo más novedoso que ofrece el buscador de ofertas?

R.- A parte de otras novedades, el seguimiento automático de ofertas, es quizás, uno de los sistemas de fidelización de clientes que mejor puede ayudar al agente de viajes. Gracias a la parametrización de la base de datos se puede detectar automáticamente y con posterioridad, si surge una oferta mejor, que la que se entregó al cliente. El sistema automáticamente le envía la mejor oferta para su perfil a la

«La sinergia nos permitirá mejorar nuestra tecnología»

Cándido Montoya / Director de P&S Consulting

entregada en su momento, a través de *email* o SMS.

Consideramos que no hay nada peor que una agencia de viajes le dé al cliente una oferta, y al día siguiente él pueda

ver una oferta mejor y su agencia no se lo haya notificado.

Como otra novedad y para cerrar el círculo de la venta, disponemos de Cyberpago, una pasarela de pagos virtual, que permite crear

al vendedor del establecimiento o agencias de viajes, órdenes de pago que se envían al cliente, de tal forma que éste recibe un correo electrónico con los datos de pago del servicio o producto que ha solicitado. Si todo es correcto, el cliente puede ejecutar el pago con un único *click*. Esto evita nuevos desplazamientos a la oficina para la confirmación, depósitos, pagos a cuenta, etc.

P.- ¿Cuál es el motivo de integrar estas dos soluciones?

R.- Hemos decidido integrar la comercialización en la marca conjunta P&S Consulting. La idea surge, aprovechando las sinergias de ambos productos, de la necesidad de agencias de viajes de tener un produc-

to que les ayude a mantener informados constantemente a sus clientes, que puedan mejorar su asesoramiento y que puedan competir ante las principales empresas del Sector. Por otro lado, que todos los turoperadores acerquen sus productos, ofertas



y folletos tanto a las agencias de viajes como al cliente.

P.- ¿A quiénes están dirigidos Viajeros por Internet y Comoviajar? ¿A qué tipo de agencias?

R.- Viajeros por Internet está dirigido principalmente a las agencias de viajes que quieran tener una *web* y una *newsletter*. La tendencia es juntar la venta *online* con la *offline*, de tal manera que una agencia pequeña puede competir con las mismas armas que una agencia grande con muchos recursos. Gracias a un mayor y mejor aprovechamiento de Internet, pueden igualarse. Comoviajar es un pro-

ducto enfocado al cliente, a las agencias de viajes y a los turoperadores, que disponen de toda su programación en nuestra *web*.

P.- ¿Cómo definiría concretamente el buscador de ofertas?

R.- El buscador de ofertas profesional está basado en la simplicidad y sobretodo en la experiencia de cientos de agentes de viajes que han aportado sus comentarios. Además ven necesario encontrar la mejor oferta diaria para sus clientes, por temáticas, destinos, precios, etc. Por otro lado, se aprovecha la tecnología de la base de datos mediante las en-

tradas y capturas automáticas. Éstas nos permiten tener la mayoría de las ofertas actuales del mercado. Además de esta versión profesional dispone de una versión pública en Comoviajar y en las páginas *webs* de las agencias de viajes que lo instalan.

P.- ¿Qué aportan estas soluciones de Internet a las agencias?

R.- Aportan soluciones para competir, informar a sus clientes y una buena forma de sortear la crisis. Además se le da soluciones rápidas al cliente que se plantea: "quién me lleva a tal destino", o "dónde puedo ir con tal mayorista", dos soluciones que puede encontrar en nuestra *web*, o en cualquiera que utilice nuestro motor de contenidos. El cliente puede consultar las páginas de los folletos de ese destino o producto y solicitar a su agencia de viajes la reserva. Con lo cual es la agencia de viajes en su propia *web*, quien le da la información de calidad a su cliente.

P.- ¿Cuáles son los retos a los que se enfrenta el Sector de las agencias de viajes?

R.- Subirse al tren tecnológico, sin perder el contacto de 'tú a tú' con los clientes.

P.- ¿Qué opina P&S Consulting sobre la 'guerra de los descuentos'?

R.- Siempre han existido, y más en los últimos tiempos propiciado por la rapidez de su propagación a través de Internet. Por ello, las soluciones que podemos aportar cobran gran importancia para el seguimiento de clientes que puede realizar la agencia.

P.- ¿Cómo valora el problema del intrusismo en el Sector? ¿Qué puede hacer P&S Consulting?

R.- Realmente lo más importante es la experiencia acumulada de muchos años, y que aporten contenidos de valor añadido. En eso es donde la agencia encuentra en nosotros buenas soluciones, sobre todo de tipo tecnológico.

P.- ¿Qué posición ocupan en el mercado español?

R.- P&S Consulting a partir de su base de datos turística, se ha consolidado como proveedor de contenidos independientes para las agencias de viajes y cliente final, dando apoyo al turoperador.

P.- ¿Qué estrategia de crecimiento y consolidación van a llevar para este año 2009?

R.- La sinergia de Viajeros por Internet y Comoviajar, nos permitirá mejorar nuestra tecnología y que las agencias y turoperadores puedan dar un mejor servicio e información a sus clientes.

Nuestro bagaje histórico se centra principalmente en destinos, turoperadores y agencias de viajes, debido a nuestra base de datos y a nuestros productos de fidelización, venta *online* y soporte para *webs* corporativas. A esto hay que añadir, que aportamos soluciones de venta *online* para casas rurales, apartamentos, pequeñas empresas, y todo aquel que necesite presencia y venta *online* en toda la Red.

Hay que subirse al tren de la tecnología sin perder el 'tú a tú' con nuestros clientes

No hay nada peor que se le dé a un cliente una oferta y que después vea él una mejor por su cuenta

Ofrecemos una información especializada

A partir de 1999 trasladamos todos los contenidos de la Base de Datos Turística y el *know-how* a Internet. Esta operación se hizo a través de diversos 'portales' para el usuario final en *Como viajar.com*; a agencias de viajes en *Netagecias.com*; a establecimientos turísticos con una plataforma de reservas *online* *Lince 101.com*, y también facilitando sus contenidos a

nismos oficiales, revistas del Sector, etc. A su vez, ellos se conectan con nosotros. Posteriormente creamos su *newsletter* 'Viajeros por Internet'. La filosofía de Comoviajar.com es dar información especializada en itinerarios, destinos, productos y servicios, con el objetivo de facilitar la planificación del viaje al internauta. Esto im-

plica comparar hoteles, apartahoteles, consultar todos los folletos de los turoperadores y conocer qué destinos programan. Con esta información realizamos la reserva en la agencia de viajes tradicional. Damos todos los datos para que el internauta conozca todas las posibilidades, y sea él quien decida. Por otra parte, la

filosofía de Viajeros por Internet, es informar con total independencia de los mejores productos, ofertas, destinos, promociones, etc., a los usuarios suscritos a su *newsletter*. Además también permite que la agencia de viajes tenga su propia *newsletter* para sus clientes, ya que al utilizar nuestra tecnología puede personalizarla con sus productos, sus ofertas, etc.



CÁNDIDO MONTOYA