

► Turismatica / Eduardo Goldenhörn

# “Nuestro foco está en la integración”

► El director de la compañía de soluciones de software y servicios tecnológicos para la industria turística recibió a *Rèport* en su oficina y se refirió a los productos que les brindan a las empresas del sector. Aseguró que el objetivo primordial es lograr que “sean competitivas”.



¿Cuál es el nivel de demanda de tecnología que ven hoy en el sector?

- Comenzamos a ver que hay una franja de mercado creciente que solicita estos servicios, ya que el acceso a la tecnología es cada vez más fácil, con más empresas chicas y medianas que participan. Por eso, nos fuimos acomodando en los últimos tiempos para atender a ese segmento. El objetivo que nos trazamos es ayudar a que las agencias de via-

jes sean sustentablemente competitivas. Empezamos con la idea de que se puede acceder a la tecnología a costos razonables y fuimos evolucionando a lo largo de los años. Internet nos trajo el gran desafío de la integración, que es el foco de nuestro trabajo. Estamos integrados con tarjetas de crédito, consolidadores, brokers, mayoristas y muchas otras compañías.

¿Qué productos le ofrecen al sector turístico?

- El principal se llama TMA Anywhere, que es un Enterprise Resource Planning (ERP). Todas nuestras aplicaciones están unificadas bajo este concepto. Es un sistema de gestión integral de todas las transacciones y todo lo que ocurre en una empresa. TMA automatiza y trabaja sobre la gestión operativa y administrativa de una agencia. Esto, a su vez, tiene algunas aplicaciones externas como Web Talk, un producto que permite que el sistema interno dialogue con otras compañías, como Sabre, Amadeus, Price Surfer, Hotelbeds y todos los sistemas que existen. Después tenemos Analytics, que permite explotar todos los datos registrados en la base para formar indicadores y medir el rendimiento de un negocio. También está Kairos, un calendarizador de funciones para programar tareas y que se realicen solas en los días estipulados. En tanto, Power Link les brinda a los clientes acceso directo a sus datos administrativos contables sin tener que llamar a los organismos impositivos de cada país. Además, esto permite reducir mucho la carga de llamadas administrativas.

¿Por qué decidieron ampliar sus servicios a las agencias más chicas?

- Vimos que el producto que nosotros vendemos es cada vez más accesible. Nos centrábamos en las grandes compañías, pero notamos que las agencias más chicas empezaron a demandar. Esto es algo que no solo se dio en Argentina, sino también en Colombia, México y Chile. A medida que pase el tiempo, el acceso será cada día más fácil.

¿En qué se concentran las grandes necesidades tecnológicas que tienen las compañías del sector?

- Todavía vemos muchos requerimientos en la organización interna. Asimismo, hay que trabajar en la integración con las nuevas propuestas que hay en el mercado. Esa es una de las demandas más importantes de las firmas de turismo. Si no se logra esto se pierden tiempo y oportunidades. Ahí hay una falencia.

¿Lo que precisa cada una varía según su tamaño estructural?

- La diferencia entre una grande y una pequeña pasa por los volúmenes de los datos que manejan, pero si yo soy una empresa chica que atiende a una sola compañía, se me va a exigir lo mismo que a una gran firma que trabaja con miles de empresas. Cuando uno tiene poca masa crítica es más costoso satisfacer esa demanda, pero como la tecnología se tornó más accesible, existe la posibilidad de dar un buen servicio y estar más tecnificado sin tener que hacer enormes inversiones. Después, hay necesidades específicas que tienen las firmas grandes, como las cuestiones regulatorias, pero desde el punto de vista operativo es lo mismo para todas.

¿Cuál es el diferencial de Turismatica con respecto a sus competidores?

- Tenemos una serie de valores que mantenemos desde siempre. Queremos que las agencias sean competitivas y eso no lo negociamos. Encaramos los proyectos de tecnología como socios estratégicos, no nos consideramos proveedores. Los que trabajan con nosotros son gente que nos deposita muchísima confianza, porque pone su negocio en manos de nuestra tecnología. Estaremos en donde veamos que podemos agregar valor, y si podemos ayudar nos pondremos su camiseta. Por eso actualmente contamos con clientes que están desde el primer año que nos establecimos.

¿En cuántos mercados tienen presencia?

- Nosotros trabajamos en nueve países de Latinoamérica y contamos con 2000 usuarios que utilizan el producto. Además, calculamos que nuestros sistemas procesan cerca de cinco millones de pasajeros por año.

turismatica.com

## MÁS AHORROS.

## MÁS VACACIONES.





**AHORRA** con Thrifty usando código L8LTY para reservas de tarifas prepagadas.\*

Oferta incluye tarifa básica con tiempo y millas, protección por daños o pérdida (LDW), conductor adicional (mayor de 25 años), e impuestos y cargos.

**PARA RESERVAS**, visita <https://lac.thrifty.com> o llama al representante de Thrifty en Argentina al **(+5411) 4814-7796** ó **08010-999-8474**.



**FLORIDA**  
Todo Terreno Estándar†

\*LAS TARIFAS REDUCIDAS ESTÁN DISPONIBLES EN LOCALIDADES PARTICIPANTES DE FLORIDA. APLICAN REQUISITOS DE ALQUILER Y DE EDAD MÍNIMA. VEHÍCULOS SUJETOS A DISPONIBILIDAD. OTRAS CATEGORÍAS DE AUTO ESTÁN DISPONIBLES. †NISSAN PATHFINDER O SIMILAR. © 2019 DTG OPERATIONS, INC. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. 7651