



José Arias. CEO de Travel Loop

La importancia de elegir un buen backoffice para tu agencia de viajes

Hoy vamos a realizar un “viaje al centro de la agencia”. Recorreremos algunos aspectos a tener en cuenta a la hora de contratar una de las herramientas esenciales en el desarrollo de un negocio: el backoffice.

Antes de elegir un sistema de gestión administrativo para nuestra agencia de viajes es necesario valorar ciertos factores que nos permitirán aprovechar al máximo todas sus funcionalidades. ¿Qué tamaño tiene la agencia? ¿Tienen varias oficinas? ¿Cuántos usuarios van a tener acceso?



Cada agencia es un mundo y por ello, es sumamente importante tener un backoffice que se adapte a las necesidades presentes y futuras. De nada serviría invertir un gran esfuerzo en conseguir metas comerciales si después no se dispone de recursos suficientes, tanto a nivel de personal como técnico. Ante todo, hay que garantizar que cumplirá con el servicio que estamos ofreciendo y por ello, se hace necesario que el backoffice sea modular y escalable. De esta manera, si la agencia da el paso hacia otros mercados, por ejemplo, el de los incentivos, tendrá la confianza de que su backoffice también responderá.

La herramienta debe adaptarse a la agencia en función de lo que vaya necesitando o de la diversificación que vaya adoptando, y pueda ir sumando módulos: para grupos e incentivos, para mayoristas, receptivo... la flexibilidad es uno de los atributos a tener en cuenta a la hora de invertir en tecnología.



El proceso de instalación en cada terminal debe resultar sencillo. Los nuevos backoffice funcionan en cualquier entorno de red, sin necesidad de volcar información entre bases de datos, por lo que es ideal para aquellas empresas que tienen varias oficinas, y desde el mismo aplicativo controlan todos los procesos que se están llevando a cabo. La información de ventas y facturación se realiza en tiempo real, todos los usuarios y módulos están conectados.

Se busca también que sea una herramienta fácil de manejar, que su uso sea intuitivo y aunque se apoye con una formación al inicio, el aprendizaje sea asumible para cualquier usuario.

Otro de los factores que nosotros consideramos sumamente importante es que sea una herramienta integral e integradora.

Esto significa que interactúe con el resto de soluciones que existan en la empresa, por ejemplo, los sistemas de autorreservas.

Muchas agencias trabajan con sistemas externos con los que están satisfechos y no quieren renunciar a ellos por cambiar de backoffice. Si éste es capaz de interactuar con todos ellos con el fin de que la información que se utilice en la empresa sea común, sin duda, estaremos hablando de un gran ahorro de tiempo en el desarrollo del trabajo diario. En lugar de tener que teclear la información en varios sitios y hacer el traspaso mediante archivos Excel o a mano, se haría de forma automática.



Tener todo centralizado supone una gran ventaja, ya se sabe, la información es poder y la recopilación de datos y su interpretación facilita la toma de decisiones.

Si a este factor le sumamos la capacidad de poder generar informes como, por ejemplo, que aparezcan gastos por compañía aérea, las ciudades más voladas o estadísticas de ahorro, convierten a la herramienta en un instrumento imprescindible en el día a día de una agencia de viajes.

No debemos perder de vista las exigencias de los viajes corporativos. Los clientes de empresas son cada vez mayores y solicitan más datos a incluir en sus facturas: sistemas de facturación por albaranes o mensuales, conciliaciones de tarjetas, datos adicionales, facturas electrónicas. etc. La elección del backoffice debe asegurarnos que si entra un nuevo cliente verá cubiertas sus necesidades específicas.

Hoy en día hay muchos sistemas de gestión en el mercado, pero lo novedoso es encontrar aquellos que son de nueva generación, los que han evolucionado durante todos estos años, adaptándose a las necesidades que van surgiendo. El mundo de las tecnologías tiene un ritmo vertiginoso y solo aquellas empresas que son capaces de ir cambiando son las que pueden ofrecer las soluciones más potentes del mercado.

Si en nuestro día a día buscamos ir a la última, ¿por qué debemos estar “condenados” a trabajar con el mismo sistema anticuado y lento. Por qué tenemos que seguir arrastrando las carencias de un sistema de gestión, teniendo la posibilidad de progresar hacia los backoffice de última generación sin que ello suponga un trámite tedioso y complicado.

El backoffice se convierte en la columna vertebral del negocio ya que una buena elección del software adecuado incide muy positivamente en la mejora del rendimiento y la rentabilidad de la agencia turística.