

# ENTREVISTA

Decius Valmorbida, diretor para o Brasil e América Latina da Amadeus

## Conexão com o mundo

A Amadeus trouxe nova oferta e experiência de desenvolvimento de soluções customizadas, flexibilidade e integração da plataforma GDS com outras plataformas web



Há cerca de cinco anos na Amadeus, Decius Valmorbida ingressou na empresa como diretor de Operações e Gestão de Produto da Amadeus Brasil. Depois foi diretor de Marketing para a América Latina, atuou por dois anos na sede da Amadeus na Europa e, desde janeiro, é o executivo maior para o Brasil e América Latina. Está à frente dos planos de negócios e estratégias da Amadeus em todos os países da região, nas áreas de negócios, com os hubs de soluções instaladas em Bogotá, na Colômbia, e São Paulo, além do Centro de Serviços ao Cliente para as Américas, em Buenos Aires, na Argentina, e em São José, na Costa Rica. Valmorbida tem mestrado de negócios da Ibmec São Paulo e é graduado em Tecnologia da Informação pela Pontifícia Universidade Católica - PUC do Rio de Janeiro. Trabalhou por dez anos na área de telecomunicações, tendo o cargo de CEO da AT&T Latin América.

Atualmente está à frente do acordo firmado com a TAM, na parte de tecnologia para companhias aéreas, um dos mais amplos já assinados pela Amadeus com uma empresa aérea, com a implantação da plataforma Altea CSM. A migração do sistema já tem data marcada e será na passagem do dia 14 para 15 de novembro.

Os dez primeiros anos de atividades já completados no Brasil e a próxima década assegurada com a assinatura do acordo operacional com a TAM, além de uma trajetória de sucesso no mercado tecnológico de viagens e turismo. Qual o balanço que a direção da Amadeus Brasil faz?

O Brasil é um mercado extremamente dinâmico e a Amadeus tem sido bem-sucedida ao acompanhar esse dinamismo, oferecendo aos nossos clientes as soluções mais confiáveis e robustas para suas necessidades. Foi assim quando iniciamos nossas operações no País, trazendo a conexão com o mundo através do sistema GDS Amadeus. Trouxemos uma nova oferta e, mais que isso, criamos uma nova maneira de ofertas em nossa tecnologia. Essa experiência tem nos ajudado a abrir novas oportunidades em outros mercados também, pois a experiência de desenvolvimento de soluções customizadas, de flexibilidade e integração da plataforma GDS com outras plataformas web, isso tudo nos deu um conhecimento que pode ser levado para

outros mercados. O mais importante é que o Brasil se consolidou como um mercado prioritário para a Amadeus. O acordo com a TAM, na parte de tecnologia para companhias aéreas, é um dos mais amplos já assinados pela Amadeus com uma empresa aérea. Nosso contrato com a rede LA Hotels, anunciado recentemente, também abre novas oportunidades para nossa tecnologia de gestão de hotéis. Tudo isso beneficia diretamente nossos milhares de usuários no Brasil e em toda a América Latina.

Quais são os planos da Amadeus agora? Nosso presente e nosso futuro são resultados de um plano estratégico de evolução traçado pela Amadeus desde que a empresa assumiu o controle da operação no Brasil, assim como

Brasil se consolidou como mercado prioritário para a Amadeus

fez em 100% dos mercados onde atua. Isso nos deu a autonomia e a agilidade necessárias para por em prática um plano audacioso de mudança. Nosso crescimento no setor de tecnologia para companhias aéreas, assim como nossa entrada no segmento de tecnologia para hotéis e o crescimento de nossa oferta para as agências de viagem - tanto as corporativas e quanto as de lazer, e também as agências on-line - , isso tudo é parte do plano da Amadeus para se consolidar como o principal provedor de tecnologia para todo o mercado mundial de viagens. No Brasil estamos concentrados agora em "entregar" todos esses importantes contratos e, com isso, ampliar ainda mais nossa presença nesse mercado.

Neste acordo global da implantação do Altea CMS como nova plataforma da TAM, como seguem os trabalhos e quais são as expectativas? As equipes envolvidas no projeto TAM estão trabalhando em plena capacidade, garantindo a execução dos prazos e etapas acordados para a migração. Pela importância e porte da TAM, este é um dos projetos prioritários da Amadeus para 2009-2010, e isso não apenas para o Brasil. Para o mercado, tanto do ponto de vista dos passageiros da TAM, que contarão com um atendimento e uma "experiência" de viagem de última geração, quanto dos parceiros da TAM, os agentes de viagem, a expectativa quanto aos resultados desse projeto são as mais positivas. O ganho de qualidade e efi-

ciência será positivo para todos os envolvidos: clientes, parceiros e usuários.

Há muito campo ainda a evoluir no Brasil e América Latina?

Com certeza, as perspectivas são as mais positivas. Acreditamos no potencial da atividade turística e do mercado de viagens como uma das forças econômicas da América Latina, assim como tradicionalmente já é em outras regiões do mundo. Manter essa cadeia produtiva unida e, mais que isso, integrada e compartilhando ganhos e avanços tecnológicos é nosso maior objetivo. Ajudar nossos clientes a alcançarem melhores resultados, mais vendas e produtividade, respeitando as necessidades e perfis de cada um é um desafio que nossas equipes de desenvolvimento de produtos na França, no Brasil e na Colômbia enfrentam todos os dias. Junto com as vendas on-line de viagens - e não estou me referindo apenas aos grandes portais, mas a todas as agências de viagem que em algum momento do processo de vendas tenham interação com seus clientes via internet - o desenvolvimento de ferramentas de gestão e back-office é outra área que apresenta grandes oportunidades de crescimento para a Amadeus na América Latina.

Viagens mais curtas e econômicas no panorama global de negócios da indústria de viagens e turismo. Como a Amadeus colabora neste segmento?

Este panorama está mais relacionado aos momentos de crise, não reflete necessariamente a perspectiva global do setor. Todas as análises mostram um crescimento sustentado e importante das viagens em todo o mundo, com algumas regiões - entre elas o Brasil e a América Latina - com taxas expressivas de crescimento. Como líder global em sua categoria, a Amadeus investe continuamente - e três vezes mais que seu competidor mais próximo - em Pesquisa & Desenvolvimento. Esta é a única forma de manter a liderança e atender às novas demandas da indústria. Com isso ajudamos nossos clientes não só a estarem preparados para explorar as oportunidades, como também para fazer frente aos momentos de crise, com a certeza que somos um parceiro sólido. Amadeus

definiu sua posição como realmente "parceiro tecnológico". Nosso papel é apoiar os negócios de nossos clientes e não um possível competidor ou, pior ainda, alguém não vai estar ao seu lado nos momentos ruins.

O mercado e as pessoas valorizam cada vez mais a interação e a livre troca de informações, com as novas tecnologias que são pesquisadas e surgem a todo momento. Qual a importância dessa interação do ponto de vista Amadeus?

Para uma empresa de tecnologia isso é extremamente importante. Por isso, mais uma vez destacamos a capacidade e a estratégia de Amadeus em relação à Pesquisa & Desenvolvimento. Não só investimos três vezes mais que outras empresas como fomos reconhecidos pela Comunidade Europeia a empresa número 1 em P&D no setor de viagens. Atualmente existem na Amadeus diversos projetos que estudam a aplicação e o potencial das novas tecnologias - como web 2.0, touchless solutions, dispositivos móveis e uma série de outros aplicativos - no segmento de viagens.

Fale sobre o recente lançamento do trabalho feito pela Amadeus na causa humanitária do Massive Good.

A solução tecnológica para o Massive Good foi desenvolvida pela Amadeus e pode ser integrada em qualquer sistema GDS e embarcada em sistemas regulares de reservas para bilhetes aéreos e outras modalidades de reserva de viagens. Em essência, é uma "ferramenta de doações" neutra, que tornará simples que cada viajante possa contribuir voluntariamente com qualquer valor por meio de um clique, toda vez que fizerem uma reserva - seja on-line ou via agência.

Essa solução começará a ser testada em janeiro de 2010 na Europa e, posteriormente, colocada à disposição em outros mercados?

O projeto foi criado pela Fundação Millennium e permitirá que os viajantes façam microcontribuições sempre que adquirirem serviços de viagens. O fundo levantado será revertido em prol da luta contra AIDS, malária e tuberculose. A iniciativa tem potencial de arrecadação de US\$ 1 bilhão nos primeiros quatro anos.

A Amadeus investe três vezes mais que seu competidor mais próximo

A ÍNTEGRA DESTA ENTREVISTA ESTÁ NO SITE WWW.BRASILTURIS.COM.BR