

05/09/2012

# Las franquicias son el nuevo salvavidas de las agencias de viajes

**CRISTINA NAVEDA**

## Halcón, Vibo, Barceló y Almeida esquivan la crisis mediante establecimientos asociados



Las agencias de viajes tradicionales utilizan la vía de las franquicias para salvar sus maltrechas cuentas. Tras el continuo goteo de cierres de establecimientos desde que empezó la crisis, sobre todo las pequeñas empresas, hay compañías que aún crecen. Dentro y fuera de las fronteras nacionales.

¿Cuál es su fórmula *mágica*? Evitar los riesgos que supone la inversión en una oficina propia, explican los protagonistas. Atrás quedan los años donde las grandes redes competían en este modelo de expansión.

Halcón Viajes, Vibo (antigua Viajes Iberia), Barceló y Almeida son ejemplos de empresas que suman oficinas mediante este modelo, pese a los ajustes del bolsillo de los consumidores.

### Vibo Viajes

La red minorista de Orizonia cuenta con 950 tiendas (entre propias, franquiciadas y asociadas) tras más de ocho décadas en el mercado. Están repartidas entre España y Portugal (Vibo Viagens).

Son las áreas de franquicias y asociadas las que se encuentran en el departamento de expansión de la compañía. Desde 2004 ha logrado alcanzar las 140 franquicias, con una media de 20 nuevas aperturas al año.

Ahora, los planes de la empresa contemplan incorporar entre 30 y 40 oficinas franquiciadas cada año.

### 'Efecto' Marsans

Respecto a la división de asociadas, Vibo ha pasado de tener 35 entidades a 250 en los últimos dos años. Sobre todo por el efecto que supuso la desaparición de Viajes Marsans. La empresa lo aprovechó al conseguir casi la totalidad de las asociadas que tenía la compañía de Díaz Ferrán y Gonzalo Pascual.

Vibo Viagens es la red de establecimientos de Orizonia en el destino luso, con 50 tiendas ubicadas en las principales ciudades del país, como Lisboa y Oporto.

### Almeida Viajes

La franquicia malagueña Almeida Viajes cuenta con 400 agencias entre España, Portugal, México y Brasil. Del total, sólo seis oficinas son propias (dos en el mercado español, dos en Portugal, una en México y una en Brasil). Este año además, se encuentra en fase de implantación en Chile, pero siempre bajo el modelo de franquicias.

Para fomentar la suma de nuevos emprendedores a este negocio, Almeida descuenta 2.000 euros en el canon de entrada, situado en torno a 11.000 euros.

### Halcón Viajes-Ecuador

La división minorista de Globalia cuenta con 1.395 oficinas abiertas en España y Portugal. En concreto, Halcón posee 967 establecimientos de venta en el mercado español y 98 en el país vecino. De todas ellas, 222 oficinas son franquiciadas.

Viajes Ecuador --que se incorporó al grupo de Juan José Hidalgo en 2003-- posee 328 puntos de venta en el territorio nacional, de los que 271 son franquicias.

### **Barceló Viajes**

Barceló también lleva muchos años impulsándola fórmula de las franquicias como garantía de éxito. Cuenta con 310 oficinas en España, de las que aproximadamente 120 son franquicias.

Como novedad, la red también impulsará este año el modelo de agencia asociada. Arrancará en los próximos meses, adelanta la compañía. Por el momento, en el mercado nacional. El salto al extranjero se deja para más adelante.

### **El Corte Inglés, la excepción**

En este escenario, la única cadena que no tiene previsto meter la cabeza en el franquiciado de su marca es Viajes El Corte Inglés. Todas las delegaciones de la red que dirige Jesús Nuño de la Rosa, casi 600 establecimientos, son propias (513 en España y 86 en el extranjero).