

Economía

COMERCIO

Inmaculada Almeida. Directora general del grupo Almeida Viajes y socia fundadora

“Hemos innovado en imagen y en el uso de las tecnologías”

El grupo Almeida Viajes apuesta por la calidad y originalidad de sus servicios

Fátima Fernández / SEVILLA

Inmaculada Almeida es técnico superior en agencias de viajes, Máster en dirección de empresas turísticas y Máster en marketing y ventas, entre otras especialidades. Con este abrumador currículum no es de extrañar que, desde los 21 años, decidiera poner en marcha su propia agencia de viajes. “Desde la adolescencia siempre he sido muy emprendedora. Organizaba grupos de trabajo en mi etapa de estudiante y me gustaba la idea de ser mi propia jefa. En cuanto a una agencia de viajes como Viajes Almeida, la creé porque me encanta el mundo del turismo, los idiomas, la relación directa y el trato con el público”, comenta Inmaculada.

Al principio encontró muchos obstáculos. “Acudí al Instituto Andaluz de la Mujer para que me ayudaran a poner en marcha el

a los cambios y se rodeó de un gran equipo de trabajo con el que asumió los nuevos retos. “Así, en 2005 cerramos el ejercicio con 21 oficinas y, en 2006, se produjo un auténtico boom con más de 120. En la actualidad contamos con más de 400 oficinas entre España, Portugal, México y delegaciones en cuatro países más”. Esta realidad ha hecho posible crear más de 1.000 puestos de trabajo en España, entre las oficinas propias y las franquiciadas. En este sentido, continúa Almeida, “el sistema de franquicias ha sido un descubrimiento maravilloso”.

DIFERENCIACIÓN

En el actual mercado, donde existe una gran competitividad en todos los sectores, las empresas tienen que diferenciarse. En el caso de Almeida Viajes siguen apostando por un enfoque diferente donde se combinan, principalmente, la aplicación directa de las nuevas tecnologías a los servicios ofertados por sus agencias. También se tiene en cuenta la creación de nuevos productos turísticos que cubran necesidades de distintos nichos de mercado y colectivos, potenciando la labor del agente de viajes –pasando de ser un “simple vendedor” a convertirse en un auténtico consultor de viajes– y ofreciendo al cliente un verdadero asesoramiento integral.

Todos estos factores se rigen por un código ético de compromiso frente a la igualdad de género y a la ayuda social a través de todas las acciones necesarias en el día a día. “De esta forma –argumenta Almeida– trabajamos constantemente para que los asociados al grupo compartan el éxito de la empresa de la que son partícipes. También les proporcionamos oportunidades de nuevas vías de negocio, además de servicios exclusivos a través de nuestras mayoristas propias. Creamos entre todos, de esta manera, un entorno de trabajo seguro, gratificante e integrador que valora la igualdad y la diversidad y reconoce las contribuciones individuales”.

ESPECIALIZACIÓN

Sin embargo, el objetivo fundamental es hacer que todos los integrantes del grupo Almeida Viajes se encuentren satisfechos con su trabajo y valoren sus logros. “De hecho nuestra filosofía se basa en la confianza, compromiso, seriedad y profesionalidad”, apunta Al-



Almeida apuesta por la innovación y el crecimiento internacional. M. G.

meida. En este sentido Almeida Viajes, además de comercializar todos los viajes y productos que tradicionalmente se pueden encontrar en una agencia normal, se han especializado en diferentes sectores. “Por un lado, hemos creado la primera mayorista en España de viajes para discapacitados y personas con movilidad reducida, Viaja Sin Barreras (www.viajasinbarreras.com)”.

Además, sigue la directora, “contamos con otra marca especializada en el destino Andalucía, Nómada Travel, (www.nomada-travel.com). También tenemos productos relacionados con el Enoturismo, viajes ligados a la cultura del vino –a través de la web www.vinohotel.com– y viajes específicamente diseñados para solteros y el colectivo LGTB (Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales), www.lgtbdreams.com”.

NUEVAS TECNOLOGÍAS

Tecnológicamente, Almeida Viajes ha sabido incorporar y adaptar las nuevas tecnologías a las agencias. “Contamos con productos tan innovadores como el sistema Infotouch, un sistema muy novedoso de pantallas táctiles informativas en el escaparate y en el interior de las agencias para que todos los clientes puedan seleccionar el destino o la oferta que más le interese”, informa Almeida.

INTERNACIONALIZACIÓN

“Agradecemos a la Junta el Premio Alas 2009 de Iniciación a la Exportación que recibimos de la mano de Extenda”

“También cabe destacar el Mtour, un sistema de marketing por proximidad, a través del cual se envía información desde la agencia a los teléfonos móviles de las personas que pasen cerca de la misma, utilizando la tecnología Bluetooth”. Se puede afirmar, así, que las agencias de Almeida Viajes son dos agencias en una, puesto que cada agencia cuenta con una página web con reservas on line.

En estas webs, concluye Inmaculada, “se ha implantado el sistema Cazaofertas, a través del cual el cliente puede seleccionar el destino que prefiera, el presupuesto con el que cuenta y las fechas de viaje previstas. Otra iniciativa muy original es la web www.viajasinparar.com, creada por el grupo, de subastas de viajes y chollos. Asimismo, Almeida Viajes también tiene una plataforma virtual –Serviepresa– para gestionar los viajes de los clientes de empresa e incentivos, así como un consolidador propio de vuelos, Bookingvuelos.com.

MODERNIZACIÓN

“Almeida Viajes es la primera red de agencias en España en diseñar una aplicación específica para los teléfonos iPhone”

negocio, mediante un crédito ICO al que no pude optar. Finalmente, encontré una entidad financiera que daba el microcrédito sin aval y me concedió 18.000 euros con los que pude montar mi primera oficina de Almeida Viajes en Málaga. Con posterioridad, recibimos subvenciones por contratación en plantilla fija del personal, además de la inversión en nuevas tecnologías”.

FRANQUICIAS

La fórmula de expansión a través de la franquicia surgió por la propia demanda de varios emprendedores, que les gustó la imagen corporativa y el concepto de negocio a través del cual Inmaculada gestionaba su agencia. “El año 2004 acabó con cuatro oficinas abiertas. Desarrollamos el plan de expansión a través del sistema de franquicia en 2005 y, a partir de entonces, el crecimiento y los resultados fueron muy positivos”, asegura Almeida. Además, enseguida tuvo que reestructurar su sistema de negocio para adaptarse

Una ventana abierta al futuro

Una de las últimas novedades del grupo es el desarrollo de una aplicación de reservas on line para los teléfonos iPhone, a través de la cual se pueden consultar ofertas y reservarlas, o geolocalizar la agencia del grupo más cercana al usuario. De esta forma el grupo Almeida Viajes es la primera red de agencias en España en diseñar

una aplicación específica para estos dispositivos móviles. Esta actitud de renovación continua, atrae a muchos emprendedores quienes, si quieren montar una franquicia, no tienen por qué tener experiencia previa puesto que de la formación se encarga la empresa a través de un acuerdo con la Universidad de Málaga.



La directora del grupo Almeida Viajes en una de las agencias. M. G.