

Inmaculada Almeida, fundadora y Directora General del Grupo Almeida Viajes



## “Somos una empresa innovadora, que nos apoyamos siempre en las nuevas tecnologías”

La cadena de agencias de viajes "despegó" en el mercado en el año 2004 y desde entonces ha ido "tomando altura" hasta situarse en los casi 400 establecimientos abiertos, repartidos entre España, Portugal, México y Brasil, de los cuales solo cinco son propios y el resto franquiciados.

**¿Cuáles son sus objetivos para terminar este ejercicio 2011, tanto en España como en el extranjero?** Seguir consolidando nuestra marca y posicionándola en todos los mercados en los que operamos, especialmente en Brasil ya que este país tiene un gran potencial, está desarrollando mucho su economía y está apostando por el turismo, ligado a los dos grandes eventos deportivos que se celebrarán allí, como son el Mundial de Fútbol en 2014 y las Olimpiadas en 2016. Asimismo, continuamos apostando por el desarrollo de productos propios para nuestra red y por la innovación tecnológica.

**¿Tienen planes internacionales para desembarcar en otros países?**

Actualmente estamos inmersos en varios estudios de mercado de diferentes países, si bien tenemos especial interés por entrar en China

y Estados Unidos. Es un proyecto a medio y largo plazo, puesto que ahora estamos muy centrados en la consolidación de las naciones en las que ya estamos implantados.

**¿Cómo es el franquiciado de la enseña? ¿Tienen multifranquiciados?** Nuestros franquiciados son, en la mayoría de los casos, personas que han apostado por el autoempleo; algunos tenían formación previa en la actividad turística. También contamos con agentes de viajes que traba-

jaban en otras cadenas que lamentablemente han desaparecido y tenían carteras de clientes y mucha experiencia en el sector. Sin embargo, lo más importante es tener una buena actitud y formación comercial, ya que disponemos de un completo curso de formación inicial y continuo avalado por la Universidad de Málaga.

Tenemos multifranquiciados que gestionan varias agencias porque han tenido una buena experiencia inicial y han apostado por abrir nuevas unidades en otras ubicaciones. Esta figura es muy importante para nuestra red.

**En un sector muy afectado por la crisis, ¿cuál es el secreto para que la marca siga creciendo?**

Es cierto que la situación económica no es la más favorable para casi ningún sector. En nuestro caso, nos adaptamos rápidamente a los

**Persona de contacto:**

Ana Torres

**Teléfono:** 95 221 22 00  
(extensión 225)

**Correo electrónico:**  
comunicacion@almeidaviajes.com

**Página web:**  
[www.almeidaviajes.com](http://www.almeidaviajes.com)

cambios e incluso lo que parecen amenazas las convertimos en oportunidades. Vivimos inmersos en un mercado muy cambiante y dinámico donde las empresas que se adaptan a esta situación son las que saldrán reforzadas.

Apostamos continuamente por las nuevas tecnologías aplicadas a nuestro modelo de negocio, y entre nuestras últimas novedades se encuentra la renovación de la página web para facilitar más reservas *online*, pero con el valor añadido de que el cliente siempre tiene una agencia física de referencia a la que poder acudir. A su vez, hemos sido la primera agencia de viajes española en crear su propia aplicación de reservas y ventas de viajes a través del *iPhone*.

**En su actividad cada día se utiliza más Internet para reservar, sacar billetes... ¿cómo se garantiza el funcionamiento de las agencias a pie de calle?**

Es cuestión de saber combinar las dos formas de venta; nosotros tenemos ambas, pero siempre con la garantía y la confianza de un asesoramiento profesional y personal de un agente de viajes. Así les damos a los clientes todas las posibilidades: la comodidad de Internet para consultar promociones desde casa e incluso reservarlas, y la cercanía de la atención personalizada de un agente de viajes experimentado, que le puede orientar y ayudar. La labor comercial es fundamental para el éxito de una agencia, hay que saber contactar con potenciales clientes y, cada vez más, utilizando las redes sociales.

**¿Dónde radican sus valores añadidos y diferenciales respecto a otras cadenas de su sector?**

Somos una empresa innovadora, tanto en la imagen de marca como en los procesos de trabajo, que nos apoyamos siempre en las nuevas tecnologías. Para los franquiciados ofrecemos una buena oportunidad de negocio con una baja inversión, además del 100% de las comisiones por sus ventas y *rappels* cobrando solo un *royalty* o cuota fija mensual; facilitamos las herramientas tecnológicas más avanzadas e innovadoras del mercado para la venta de viajes, y contamos con los mejores acuerdos con mayoristas y proveedores para ofrecer precios muy competitivos a nuestros clientes. ■



**vitalia**  
Centros de día, centros de vida

Una  
franquicia  
innovadora  
y de éxito,  
con una alta  
rentabilidad

35 Centros  
en España

## Si para vd. los mayores también son lo primero, ésta es su franquicia

Forme parte de un gran proyecto: **Vitalia Centros de Día**, un lugar donde la mejora de la calidad de vida de nuestros mayores es una realidad.

Porque contamos con el conocimiento, la experiencia, los medios y el cariño necesarios.

Y también con un know-how propio, basado en nuestro **Método Hoffmann**, registrado como Obra Científica en la Propiedad Intelectual.

Por algo somos el único operador de Centros de día en franquicia.

Muchas gracias por contactarnos, daremos preferencia a las solicitudes de nuevos Centros Vitalia para Canarias, Galicia, Castilla y León, Castilla-La Mancha y País Vasco.

Infórmese  
902 05 07 98  
o en  
**vitalia.com.es**