

► [Sólo profesionales]



[JUDITH RÁMIREZ]
Directora de Grup d'Empresaris Turístics
OVER

1. Haciendo una valoración general del año 2009 en base al cierre de las ventas efectuadas, ha sido un año muy complicado para nuestro sector, en el que todos hemos tenido que competir con continuas campañas de descuentos muy agresivas en el que el más beneficiado ha sido el pasajero final. En el año 2009, han habido pocos crecimientos, ya no solo por la bajada de ventas, sino porque la mayoría de turoperadores también han reducido operaciones, por lo que ha habido menos producto que otros años. En Select Alliance, la Alianza Comercial integrada por los Grupos de Gestión Over y Ava, hemos cerrado el año en torno a un -18% en ventas y a un -12% en pasajeros, si valoramos los datos que disponemos de nuestros proveedores. Sin embargo, sí hemos crecido entorno a un 8%, si hablamos de producto propio y de viajes a medida, muchos de ellos elaborados desde nuestra mayorista Over Turismo y Vacaciones. Este hecho nos ha ayudado a equilibrar parte de la bajada del año y de salir airosos de un 2009 considerado especialmente difícil.

2. Sí, pero han sido casos muy concretos. Un par de bajas por jubilación, y un par más por cese de empresa. El cómputo de bajas de 2009 ha sido realmente pequeño en nuestro grupo teniendo en cuenta todas las bajas y cierres que ha venido sufriendo el sector de agencias minoristas.

3. Desde Select Alliance y concretamente desde Grupo OVER seguimos apostando por la calidad del servicio, y por la especialización en los viajes. Co-

mo expresa nuestra marca, somos "Expertos en viajes" y como tales, es nuestra mejor baza. La formación del personal de nuestras agencias, aportando su experiencia y larga trayectoria en el sector, sumadas a la especialización es lo que al final nos hace diferentes. Está muy bien disponer de buenos descuentos y ventajas para poder competir con las grandes campañas, pero nuestra focalización está en el cliente que busca el mejor asesoramiento con el mejor servicio posible, y al mejor precio. En cuanto a las previsiones de crecimiento para este año, somos muy realistas. Creemos que a pesar de las ambiciosas expectativas de algunos turoperadores, el año 2010 va a seguir siendo un año difícil aunque de cierta recuperación. De hecho, ya ha empezado mucho mejor y las ventas a futuro son bastante esperanzadoras. Lo importante es que el ritmo no decaiga. Nos encantaría crecer un 30% nuestras ventas, pero si ponemos los pies en el suelo, recuperar las cifras de decrecimiento del pasado año ya sería un éxito.



[AGUSTÍN LAMANA MARÍN]
Consejero delegado-director general
del Grupo Star Viajes

1. Las ventas en 2009, aunque todavía no están cerradas en su totalidad, arrojan un importante descenso próximo al 23%. Ha sido un año especialmente difícil y cargado de circunstancias adversas para la venta. Es de destacar la fortísima agresividad comercial de los "grandes", así como las bajadas de precios que han sido



[INMACULADA ALMEIDA]
Directora general de Almeida Viajes

Hemos experimentado una media en bajas de oficinas del 8%. Es poco en comparación con la competencia. También es verdad que en todos los sectores y cadenas influyen en el cierre muchos factores variables. No todas las personas sirven para dirigir y gestionar un negocio, hay algunas oficinas que son montadas por unas personas a las que se le forma y posteriormente ponen de cara al público personas no cualificadas. Desde la central, hacemos todo lo posible para que cada oficina funcione correctamente y marcamos las directrices, pero como cada uno al fin y al cabo es un empresario independiente que trabaja con nuestra marca y nuestras herramientas, tienen la libertad de acogerse a los consejos de la central o no.

3. Desde la central de Almeida Viajes estamos realizando una fuerte inversión para ayudar a las franquicias. Hemos elaborado un programa que ahorra las cuotas de programación de vuelos a las oficinas; hemos invertido en unas nuevas infraestructuras que dan más cabida a todos los nuevos proyectos que estamos elaborando; estamos creando nuevas herramientas tecnológicas que ayuden e impulsen la venta de las oficinas; y hemos ofrecido gratuitamente a cada oficina un soporte online para sus reservas y ventas. No paramos de hacer cosas y de crear productos y servicios para estar siempre a la vanguardia. Pensamos que la innovación en la empresa es la clave para el éxito.