

TRIBUNA



INMACULADA ALMEIDA

**E** 'Las agencias hemos pasado por distintas 'crisis', desde la de Internet hasta la actual y todas ellas nos han servido para adaptarnos y reorganizarnos. Poco tienen que ver las agencias de viajes de ahora con las de hace diez años', explica la directora general del Grupo Almeida Viajes

## El Sector de las agencias se redimensiona

**E** N ESTOS TIEMPOS de crisis y reajustes que sufrimos en todos los sectores en general, en el turístico se hace más necesario que nunca ahorrar costes y dar un servicio de calidad. Difícil cuadratura del círculo que, sin embargo, es necesaria para que el Sector Turístico siga reforzado de esta situación.

Las agencias hemos pasado por distintas 'crisis', desde la de Internet hasta la actual y todas ellas nos han servido para adaptarnos y reorganizarnos. Poco tienen que ver las agencias de viajes de ahora con las de hace diez años, y cada vez son más las agencias tradicionales las que aportan valores a sus clientes frente a los que las agencias online no pueden ofrecer, como la seguridad, personalización y cercanía en el servicio, gestión de incidencias, asesoramiento personalizado, etc.

Es innegable que la situación de crisis por la que atravesamos ha provocado reajustes en el Sector, que no siempre son negativos, en el caso de Almeida Viajes hemos reducido costes, nos hemos reorganizado y nos hemos centrado en lo importante y nuestra estructura es ahora, si cabe, más sólida y fuerte que hace un año. Sin duda y frente a otros años pasados, ahora tenemos que trabajar el doble para ganar lo mismo.

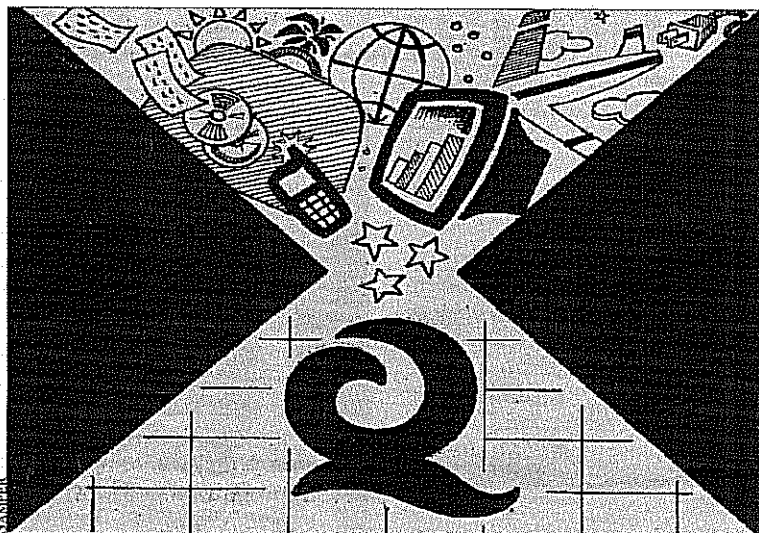
En Almeida Viajes lejos de paralizar inversiones hemos continuado con ellas tanto en desarrollo, a través de la internacionalización de nuestra marca, como en Investigación y Desarrollo (I+D). El objetivo principal es estar preparados para ser más competitivos, fuertes y mejor posicionados cuando esta situación económica mejore.

En cuanto a la internacionalización desde hace dos años hemos estado estudiando y analizando otros mercados fuera de nuestras fronteras, y hemos tenido resultados muy positivos. Desde 2008 hemos intensificado esta labor ante la

diar el mercado norteamericano, y en octubre vamos a acudir a una feria en Milán para buscar representantes de nuestra marca en este país.

Desde los comienzos de Almeida Viajes, hace más de cinco años, hemos apostado siempre por la innova-

agencias está el futuro de las agencias tradicionales. Nuestro Grupo lleva apostando desde hace tiempo por que cada agencia tenga una web personalizada donde poder tener un escaparate virtual, colgar sus ofertas, y captar clientela a través de Internet.



ción tecnológica y el desarrollo de nuevos productos para hacer más competitivas a nuestras agencias. Una de nuestras últimas novedades es el desarrollo de un consolidador aéreo con las prestaciones y costes más bajos del mercado, y así nos lo han reconocido todas nuestras agencias y socios estratégicos. Este consolidador aéreo cuenta además con otra aplicación para la reserva de hoteles a través de las principales centrales de reservas hoteleras facilitando de esta manera el trabajo del agente.

Estamos en un proceso de rediseñar todo un concepto de agencias que deben convertirse en agencias de servicios al viajero y donde complementen y doten a los clientes de todo lo necesario para un viaje, y cuando decimos todo nos referimos a conceptos más amplios que sólo ven-

La calidad en el servicio y la excelencia en la atención al cliente son para nosotros esenciales y en este sentido estamos gestionando la implantación de la norma de calidad ISO 9001, una vez que ya hemos conseguido la 'Q' de Calidad Turística. Al cliente debemos ofrecerle lo que necesitan y no lo que nosotros necesitamos, ya que esto es finalmente rechazado por ellos.

Un claro ejemplo de lo anterior son los envíos masivos de mailings con ofertas a clientes que no lo han solicitado y que además no suelen coincidir con sus necesidades actuales. Un cliente que continuamente esté recibiendo boletines electrónicos con ofertas que no han solicitado ni les interesa, en muchos casos, terminará dándose de baja o marcando este correo como spam. Esta filosofía sin embargo sigue imperando en la mayoría

podían solicitar sus presupuestos, consultar sus facturas y organizar viajes, controlar directamente los gastos de personal en viajes, estadísticas, etc, a través de esta página web. Este tipo de clientes es muy importante por el volumen de ventas que nos supone y por la variedad y calidad de servicios que nos demandan.

Uno de los objetivos más inmediatos de nuestra empresa en desarrollo tecnológicos es la web móvil 2.0. Queremos ofrecer a nuestros clientes una serie de herramientas digitales que posibiliten que nos cuenten sus experiencias a nosotros, a sus amigos y a sus familiares en tiempo real a través del teléfono móvil, y publique en una web personalizada que será el mejor recuerdo de su viaje.

Dentro de muy poco el teléfono móvil va a ser el instrumento más utilizado para conectarse a Internet y hemos estado adaptados. Hacer reservas a través del teléfono móvil, recibir información, realizar comentarios, blogs de los viajes, subir fotografías a través del móvil, y compartir toda 'experiencia' del viaje con tu red social en tiempo real, está más cerca de lo que pensamos. A todo esto contribuirán las tarifas planas en 3G en dispositivos móviles. Pero adaptados contenidos de la web para teléfonos móviles no es hacer más pequeña nuestra página web, hay que rehacerla para que sea configurable con teléfonos móviles, de fácil uso y práctica, y esto lleva tiempo e inversión.

En definitiva, el Sector de las agencias está redimensionando y el mercado está marcando ese reajuste. Algunos se están quedando por el camino, pero no tan pronto como se esperaba. Nuestra sensación es que después de que estamos sufriendo una crisis más grave de los últimos 60 años es que el Sector Turístico es fuerte y que se está capeando el temporal mejor que en otros sectores. Otro de

**Las agencias presenciales ven ahora en Internet un aliado, un soporte y canal de ventas que complementa**

**El Sector de las agencias se está redimensionando y el mercado está marcando ese reajuste**