

Inmaculada Almeida: 'En verano se ha producido una ligera mejoría, registrando una caída de las ventas del 7%'

La directora de Almeida Viajes opina que con la compra de Viajes Gheisa Halcón pretende 'concentrar canales para dar salida a su producto'

Viernes, 18/09/2009

■ IMPRIMIR ■ ENVIAR A UN AMIGO

[NEXOTUR.com](#) / "Ligera mejoría". Tal como predecía la directora de Almeida Viajes, Inmaculada Almeida, el verano ha dado un leve impulso a sus agencias, "aunque la gente se ha decantado en su mayoría por los destinos nacionales". En los meses de julio y agosto "hemos descendido en ventas un 7%", asegura.

"Hemos observado que la gente, en vez de salir al extranjero, se ha decantado en más de un 50% de los casos por las costas e islas españolas". Esta ha sido la tónica predominante de una temporada estival marcada por la crisis económica. Sin embargo, la directora general de Viajes Almeida, Inmaculada Almeida, destaca que "lo importante es que la gente, ya sea ajustándose a un presupuesto o recortando los días, ha viajado". Frente al buen comportamiento de las costas e islas españolas, así como el Caribe y algunas zonas de Europa, fundamentalmente Italia y Portugal, destinos de larga duración y presupuestos altos, como Asia, África o Australia han perdido fuelle.



Directora general de Almeida Viajes, Inmaculada Almeida.

Durante julio y agosto, las cerca de 300 agencias de la franquicia han experimentado un recorte de las ventas de "alrededor de un 7%", mientras que de cara al cierre de 2009 "esperamos terminar el año con un descenso de ventas global inferior al 15%", indica Almeida. A esta leve mejora de las ventas respecto a los meses precedentes ha contribuido el incremento de las ventas de última hora, "que han ayudado".

Selección natural de agencias de viajes

Preguntada por el cierre de agencias, la directora de la franquicia confirma que, "como en todos los grupos del Sector, se ha producido una selección natural de agencias, aunque también hemos efectuado aperturas". Para evitar el cierre de agencias, Almeida Viajes continúa trabajando con el objetivo de "idear nuevas vías de negocios e intentar ajustar los márgenes y ampliar las comisiones, aunque esto no es fácil", sentencia.

Sin embargo, la crisis económica no frena la expansión de Almeida Viajes, que, "tras haber sido "líder en crecimiento de agencias de viajes en Portugal, donde contamos con 40 oficinas", tiene previsto dar el salto al mercado brasileño "a lo largo de este trimestre". Asimismo, en México "ya contamos con una delegación central y dos oficinas, y la previsión es cerrar el año con ocho agencias", explica la directora. Respecto a la adquisición de Viajes Gheisa por parte de Halcón Viajes, Almeida comenta que "es una estrategia de concentración de canales de venta para posibilitar la salida de su propio producto".