

# Almeida Viajes cruza el Atlántico tras superar las 250 agencias en España

El grupo malagueño prevé cerrar el presente ejercicio con cerca de 400 establecimientos, de los que medio centenar se ubicarán en Portugal. La cadena presidida por Inmaculada Almeida facturó 97 millones en 2007.

**JUAN ALBERTO GÓMEZ, Málaga**

Tras consolidar su presencia en todo el territorio nacional, Almeida Viajes quiere pisar el acelerador en los mercados internacionales, para lo cual se ha marcado un ambicioso plan de aperturas en Portugal y en diversos países de América Latina.

La empresa que preside Inmaculada Almeida ha experimentado desde su nacimiento -hace cuatro años- una progresión exponencial. En menos de un lustro, ha pasado de ser una idea incipiente -en 2004 poseía siete oficinas en Málaga- a convertirse en la enseña andaluza de referencia y una de las más sólidas del país.

De hecho, la cadena acabó 2007 con una red franquicial integrada por 250 oficinas y una facturación de 97 millones de euros. Estos números la colocan sólo un peldaño por debajo de los grandes grupos españoles y como la franquicia que más creció en el periodo 2005-06 -con un alza del 334%- superando a empresas tan conocidas como Plataforma Sercom o Clínicas Vital Dent.

Las perspectivas para el año en curso son igualmente optimistas, pese a la contracción que vive el sector. Según su presidenta, Almeida Viajes pretende alcanzar las 380 agencias y un cuarenta por ciento más de facturación hasta los 135 millones.

## Plan de aperturas

Esta necesidad de expandirse es lo que ha empujado a la compañía a diseñar una importante estrategia de internacionalización. Ésta ya se



## Otro de los objetivos pasa por reforzar su red nacional, especialmente en la cornisa cantábrica

inició a mediados del año pasado con la inauguración de su primera oficina en Oporto. La versión lusa de la empresa -Almeida Viagens- prevé cerrar el ejercicio con unas 50 agencias.

Pero los planes exteriores no acaban ahí. Su participación en la Feria Internacional de la Franquicia (FIF) -celebrada en México el pasado mes de marzo- le abrió las puertas de Latinoamérica.

Partiendo de esta base, a partir del próximo julio comenzarán a operar las pri-

meras agencias en el país azteca y Panamá.

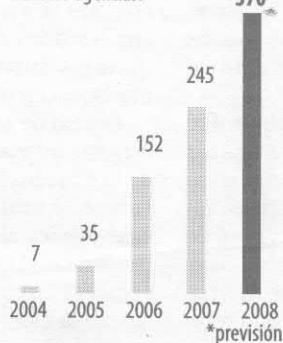
En este desembarco inicial al otro lado del Atlántico, Inmaculada Almeida considera que ha sido clave "el respaldo de la agencia Extendida y el apoyo de la Cámara de Comercio de Málaga".

La hoja de ruta en el continente americano tiene señalados en rojo varios nombres, aunque por encima del resto sobresalen los de Brasil y Chile, que protagonizarán la siguiente fase de su expansión aunque no prevé nuevas aperturas hasta el mes de septiembre.

Dentro del territorio nacional, el grupo quiere proseguir su crecimiento. Actualmente, la mitad de su red se encuentra en Andalucía con más de 130 agencias. De

## CRECIMIENTO EXPONENCIAL

Número agencias.



FUENTE: Almeida Viajes

EXPANSIÓN

Inmaculada Almeida, fundadora y presidenta de la compañía. / J.A.G.

## Tecnología e imaginación a partes iguales

Después de terminar su formación como Técnico Superior de Agencias de Viajes en Málaga, Inmaculada Almeida lo tuvo claro. Necesitaba crear una agencia de viajes diferente, provista de una "imagen más joven y dinámica" y apoyada en las nuevas tecnologías. Para ello, directiva se especializa primeramente en el segmento de viajes para discapacitados. Luego vendrían las ofertas para el turismo gay, el enoturismo o los productos turísticos para solteros y separados. A pesar de su especialización Almeida ofrece todo tipo de ofertas y ha sabido presentarse como un intermediario innovador y eficaz. Entre sus avances tecnológicos figuran diferentes sistemas, como Infotouch (pantallas táctiles de información para clientes en las oficinas) o Mtour, que utiliza la tecnología bluetooth para enviar ofertas vía móvil a los clientes que pasan por delante de las agencias. El año pasado obtuvo el Tercer Premio Pullmantur Cruises.

franquiciado no sólo recita la oficina totalmente equipada, sino un curso de formación teórico-práctico y manual de formación.

El contrato también establece una superficie mínima de 25 metros cuadrados más de tres metros de fachada y estar situada en zona de paso.

## PRECIO DE LA ELECTRICIDAD

Precios medios fijados en el 'pool'.

■ 18 de mayo de 2008

Media ponderada de los precios marginales: 5,361 cEuro/kWh (no incluye garantía de potencia ni servicios complementarios)

Energía total diaria: 531.307,8 MWh

■ Precios marginales ■ Demanda  
cEuro/kWh



■ 19 de mayo de 2008

Media ponderada de los precios marginales: 5,326 cEuro/kWh (no incluye garantía)

Energía total diaria: 604.954,8 MWh

■ Precios marginales ■ Demanda  
cEuro/kWh

