

Inmaculada Almeida,
directora general de Viajes Almeida

De viaje por la empresa

El año que acaba de finalizar ha sido un buen año para Almeida Viajes, o al menos, eso es lo que avala los tres premios que ha recibido a lo largo de 2007: Finalista del Premio AJE Málaga, Premio de la compañía Pullmantur a una de las tres empresas que más han facturado en cruceros y Mejor Empresa de Femma. Una vida corta pero intensa, así se puede resumir la trayectoria de esta empresa, pero también de la persona que está detrás, **Inmaculada Almeida**, que con solo 25 años se ha convertido en una gran empresaria. Joven pero con ideas.

S abía muy bien lo que quería. Ser empresaria. Tener su propia agencia de viajes. Ahora, tres años y medio después, sigue teniendo muy claro sus prioridades. En estos momentos, hacer las Américas. A mediados de este año abrirá la que será su primera agencia en Latinoamérica, concretamente en Chile. Pero ya tiene experiencia en cruzar fronteras.

Esta firma malagueña dio el salto internacional el pasado año, inaugurando dos oficinas en Oporto y Lisboa. ¿Por qué se han elegido estos países? "En el caso de Portugal principalmente por cercanía y porque la legislación es muy parecida a la española y Chile, por su nivel económico y por contar con una cultura pare-

cida a la de España", explica Inmaculada Almeida. Pero no será la única incursión que hagan en América Latina. 2008 se ha configurado como un año clave para comenzar la expansión de la firma por esta región, por lo que contemplan llegar a otros países latinoamericanos como México. El continente americano no será el único en albergar alguna oficina de Almeida Viajes. Europa, con Francia e Italia como centros de atracción principales, e incluso África, con Angola a la cabeza, aparecen marcados en rojo en la estrategia empresarial de esta firma para el presente año y los sucesivos.

No obstante, estas no serán los únicos proyectos que se pondrán en

marcha en un corto periodo de tiempo en el seno de esta empresa. La creación de una guardería para los hijos pequeños de sus 79 trabajadores (de ellos sólo cuatro son hombres) será breve plazo para que los empleados, a quienes también se les ofrecen la posibilidad de flexibilizar sus horarios, puedan compatibilizar su vida laboral y familiar. "Se trata de implicar más al trabajador. Pensamos que la clave está en saber satisfacer las necesidades de cada empleado e intentar que su vida sea lo más cómoda posible, de tal forma, que cuando esté trabajando esté totalmente motivado", asegura la directora general de la firma de viajes.



www.almeidaviajes.com

Con esta promotora andadura dentro del mundo empresarial, resulta complicado pensar que le dijeran a Almeida que estaba loca cuando decidió iniciar esta aventura. "En mi familia no había nadie que me apoyara, cuando me apoyaba lo caía", dice Almeida. "En mi familia no había nadie que me apoyara, cuando me apoyaba lo caía", dice Almeida.



TRES EN UNO

Y es que a lo largo de su breve carrera el hecho de que ser mujer y joven le ha puesto alguna que otra trabaja. "Cuando me ven que soy mujer y que además soy joven, siempre piensan que detrás hay un hombre", indica Almeida, quien dice estar ya acostumbrada a este tipo de situaciones, aunque explica que siempre puntualiza que "ni mi padre ni mi pareja trabajan en esto, lo he tenido que hacer sola con mi equipo de trabajo".

Poco a poco el reconocimiento a este buen hacer le va llegando en forma de premio. El pasado año recogió tres. Almeida Viajes ha sido premio a la Mejor Empresa de Femina, finalista del Premio AJE Málaga y galardonada por la compañía Pullman para ser una de las tres enseñanzas que más han facturado en cruceros. Gallardones que vienen a sumarse a los que consiguió en el año 2005, el Premio Junior de Empresa concedido por el Instituto Mi-

Líderes en crecimiento

Nº	ENFERIA	CRECIMIENTO
1	Almeida Viajes	334,2%
2	Plataforma Sercom	107,1%
3	La Mafía se sienta	100%
4	La Teclatella	85,2%
5	The Singular Kitchen	71%
6	Clinicas Vital Dent	66%
7	Zafiro Tours	58,9%
8	Naturhouse	56,1%
9	100 Montañitos	51,5%
10	Alain Afflelou	42,4%
11	PC Coste	40,5%

municipal de Empleo y el Ayuntamiento de Málaga y en 2006, Premio a la Mujer Directiva concedido por la Asociación de Directivas, Empresarias y Profesionales, Mujeres de Andalucía.

"Estos premios son una alegría bastante grande porque te reconocen lo que tú y tu equipo habéis trabajado y por lo que se ha luchado durante mucho tiempo. El hecho de que te den un galardón es algo puntual, pero se mira hacia atrás y se ve todo lo que se han hecho, las horas que se ha dejado y todo lo que hemos tenido que colaborar en equipo", resalta esta empresaria, responsable de dirigir el mayor grupo andaluz de agencias de viajes por volumen de facturación y de oficinas. De hecho, el grupo ha cerrado el año con una facturación de 320.000 miles de euros, dato que viene avalado por el fuerte incre-

cimiento de Almeida Viajes: un canon de 16.500 euros, si se opta por la opción "llave en mano" o 9.995 euros de la básica, además de una cuota mensual de 1.40 euros.

ALA CARTA

Internet se ha convertido en una herramienta muy importante a la hora de buscar un viaje, pero la red carece, según la directora de Almeida, de otros aspectos fundamentales: la seguridad de una caray la firma de un contrato de viaje. "La idea es darle al cliente los precios y el valor añadido de un asesor de viaje". Con este panorama, la firma malagueña ha aprovechado lo que en un principio se vislumbraba como una competencia, convirtiéndola en una oportunidad. Para captar este tipo de

clientes, Almeida Viajes ha creado un servicio de atención al cliente que funciona a través de un chat en su página web. Este servicio ofrece la mayorista Viajar Sin Barre-

ras, que fue el germen de lo que más tarde sería el grupo, continúa fichando establecimientos adaptados para integrarlos en su catálogo y poder ofrecerlos al colectivo discapacitado. Este proyecto va de despacio, pero con buen pie.

ANA DOMÍNGUEZ

adominguez@vidaeconomica.es



Un crecimiento rápido

Con una idea bajo el brazo, sin contar con muchos apoyos y sin un pasado empresarial familiar fue llamando a muchas puertas hasta que una entidad bancaria decidió apoyarla con un microcrédito. Ese fue el comienzo de Almeida Viajes.

La primera oficina pronto vio la luz. Pero las casualidades hicieron que otras agencias se fueran sumando bajo el paraguas de la formación y el asesoramiento de esta joven hasta crear una mini

red de seis agencias. Ese fue el momento elegido para introducirse en el mundo de las franquicias. Tuvo una buena respuesta y en apenas tres años y medio, han superado las 250 oficinas repartidas por toda España, aunque con mayor presencia en Andalucía, Cataluña y Madrid. "Desde fuera se ve como un número pero detrás de eso hay mucho trabajo, muchas horas de ocio cambiadas por horas de oficina y mucho esfuerzo", subraya Inmaculada Almeida.



Agencias tecnológicas

La tecnología está fuertemente ligada a esta empresa desde sus comienzos. La batería de ideas a la que se somete continuamente el equipo de Almeida Viajes da sus frutos. El primer proyecto: El sistema intotouch. Un sistema propio y novedoso de pantallas táctiles a través del cual y mediante un menú, el cliente navega por todo el mundo, conoce todas las ofertas y puede hacer una pre-reserva. De esta forma, en los escaparates de todas las tiendas implantamos una

pantalla "FTI" que continuamente ofrecen una atractiva comunicación e información sobre destinos turísticos. El programa M Tour ha sido otro de esos frutos. El usuario puede descargar a través de su bluetoo h todas las ofertas y las guías de viajes mientras espera a ser atendido. Ahora, trabajan en la implantación de un sistema mediante el cual el cliente recibirá ofertas si pasa a 100 metros de alguna de las oficinas.

