

Noticias
Artículos
Sectores
Tendencias
Entrevistas
Foros de la Franquicia
Blogs
Especiales
Agenda de la Franquicia
Perfiles
Internacional
Resumen de Prensa
Notas de Prensa
GolFranquicia

Franquicia: Inversión:

Ignorar criterio

Búsqueda alfabética:
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0-9



Entrevistas

"La apuesta por la especialización es totalmente necesaria en este sector"

[Otras Entrevistas](#) [Imprimir](#)

Franquicias de Éxito



Inmaculada Almeida
Directora General de Almeida Viajes



Inmaculada Almeida tiene tan sólo 26 años y está a la cabeza de una de las cadenas de agencias de viajes más importantes de nuestro país. Con más 300 oficinas en todo el mundo, Almeida Viajes nació con la ilusión de un proyecto en el año 2001 y ahora tiene un futuro próximo en EEUU, gracias al tesón de esta mujer, que nos da su punto de vista en cuanto al sector.

¿Cómo nace la empresa Almeida Viajes?

Almeida Viajes nació en el año 2004, con una primera oficina en el centro de Málaga, en la actualidad cuenta con más de 300

oficinas en todo el mundo. Primero decidí crear mi propio modelo de negocio, en principio la idea era montar una agencia online apoyada por una oficina física, una agencia de viajes virtual apoyada por las nuevas tecnologías que además de ofertar todos los productos que ya tienen el resto de las agencias de viajes. Los comienzos fueron muy duros, comencé con 21 años y con un microcrédito y sin el apoyo de mi familia. Almeida nació de una ilusión por un proyecto. Las claves han sido el hecho de haber creído en mi proyecto con entusiasmo, la constante perseverancia y el saber aprovechar las oportunidades.

¿Cómo y cuándo os decidís a crecer a través del sistema de franquicia?

En el mismo año que abrimos la primera oficina recibimos propuestas de gente conocida que quería una oficina igual que la nuestra, llamaba la atención por la imagen, por los programas informáticos y por cómo se llevaba la gestión interna. En el primer año y medio comenzamos a franquiciar la marca sólo para gente conocida y más tarde decidimos ofrecer la marca y modelo de negocio a otro tipo de personas que cumplieran unos requisitos, como ser una persona emprendedora, con ganas de trabajar, con ilusión y con experiencia en el trato al público. Cuatro años y medio más tarde más de 300 emprendedores han confiado en Almeida Viajes y la central de Almeida en ellos/as para formar un equipo unido que lucha conjuntamente por sus objetivos.

¿En qué momento se encuentra el sector de viajes?

Es un momento en el que habrá una clara adaptación al mercado. Tan solo sobrevivirán las agencias que cuenten con un soporte tecnológico y que además de estar especializados sepan diversificar basándose en una buena gestión. Estamos también implantando medias Socialmente Responsables en Almeida Viajes; medidas para mejorar la calidad de vida de nuestros empleados, medidas en cuanto a la política social interna y externa de nuestro grupo; siempre con el ánimo de seguir mejorando.

En vuestra cadena, ¿lleváis a cabo algún tipo de medida para sortear la crisis?

Hemos aumentado las tareas en el Departamento de Marketing, estamos haciendo publicidad a nivel nacional en televisión, en prensa, en ferias de turismo y bodas, etc. La central hace todo lo que

www.gofranquicia.com

Go FRANQUICIA! .com

Para Conocer y Opinar sobre el sector de la mano de Eduardo Tormo

Buscador de noticias

Buscar

Noticias

Últimas Noticias

1. Mondial Assistance aumenta un 12% sus ventas en España
2. Farggi salta al supermercado
3. Eroski mejora las ventas pero se ve lastrado por la compra de Caprabo
4. La vuelta al mundo de las franquicias de hostelería
5. Mail Boxes Etc. Italia compra el negocio internacional de la red
6. Netllar desarrolla en franquicia Internet al alcance de todos
7. Friday's Project se centra en su marca propia para crecer en franquicia
8. Naturhouse supera los 400 centros en el extranjero
9. Ferretería's Alji, la ferretería vuelve al barrio
10. Eroski pone en venta un lote de supermercados

[Listado completo](#)

Últimos Comentarios

- hola esoy interesado en la informacion de como y cuales son los requisitos para montar un outlet gra...
jorge 18/05/2009 16:29:03
- Estoy interesada en la franquicia de ropa H&M para poder montarla en Cáceres. Si alguien me puede ac...
Evelin 18/05/2009 13:45:31
- Me gustaría obtener más información sobre la franquicia

puede para ayudar a que oficinas; no paramos de hacer productos nuevos y programas tecnológicos con el fin de aumentar la rentabilidad del negocio, les hemos creado un programa específico para los clientes de empresa y /o de todo tipo de grupos; además de otro programa interno para la gestión de vuelos, etc.

Tras la crisis, ¿cómo será el panorama del sector?, ¿se podrá mantener el actual reparto o habrá concentración de las cadenas?

El sector tiende a una concentración, por ello es tan importante estar unido a un grupo fuerte; y la verdad, en el sector ya quedan pocos y tras la crisis quedarán menos.

En una línea más personal: la juventud, que es un valor en alza en muchos ámbitos, ¿también lo es para el mundo de los negocios?

En la mayoría de las ocasiones la juventud es motivación, flexibilidad, adaptación, ilusión, creatividad...y todo eso unido en el mundo de los negocios te hace claramente estar en la cumbre ¿Acaso conocéis a algún líder empresario que carezca de estas virtudes? Aunque una persona no sea tan joven de edad, si se siente ilusionado y motivado, síntoma de juventud interior, alcanzará el éxito sin duda.

¿Ha sentido en algún momento que el género femenino es una barrera o es un mito en el mundo de los negocios?

En ocasiones me he sentido como una persona más entre muchos hombres de negocios y en otras ocasiones he percibido algo de machismo. Supongo que dependerá del tipo de personas con la que se trate en diferentes ocasiones. Por ejemplo, en la mayoría de las ocasiones creen que la empresa es de mi padre, porque la gente no espera que una mujer y además joven pueda alcanzar metas tan altas. Mi padre no pertenece al mundo de los negocios y tampoco ha podido ayudarme ni económicamente ni moralmente porque no lo entiende. Pero eso me ha enseñado a que uno puede alcanzar todo lo que se proponga, tan solo hay que desearlo con mucha fuerza.

Almeida Viajes se ha especializado en muchos nichos de mercado: turismo de aventura, para singles, para la tercera edad... la multiespecialización, ¿es el camino para consolidar una nueva red en un sector tan competitivo?

Como comentaba anteriormente, la apuesta por la especialización es totalmente necesaria en este sector. El público cada vez es más exigente y eso nos brinda la oportunidad de seguir mejorando en todos nuestros productos.

Algunas voces piden que la regulación de la actividad de las agencias de viajes permita ampliar el abanico de servicios, ¿está de acuerdo?

Esto sería diversificación, ofrecer también otros servicios al cliente, y estoy totalmente de acuerdo, de esta forma el negocio sería aún más rentable.

¿En qué momento se encuentra Almeida Viajes?

Almeida Viajes se encuentra en un momento de consolidación además de continuar con la expansión en España y en los países 8 dónde ya contamos con delegaciones y oficinas. Ahora mismo estamos comenzando el proyecto para entrar en EEUU , que aunque ahora la gente pueda pensar que es un mal momento, resulta una oportunidad, ya que en otro tiempo de estabilidad económica la implantación a través de inversiones directas son costosas, sin embargo, tal y como está el mercado las empresas son ahora más flexible a negociaciones más beneficiosas de las que podrían ser en otra época, son propensas a aceptar una negociación más interesante para nuestro grupo y con otros conceptos como el "joint-venture". Seguiremos introduciendo más herramientas para los franquiciados de Almeida Viajes, ayudas para nuestro personal y por supuesto seguir innovando en la medida de lo posible.






¿Con cuántas franquicias y establecimientos propios contáis?

Contamos con más de 320 en España y Portugal, 11 próximas aperturas en México y Delegaciones en Panamá, Chile, Brasil, Marruecos e Italia.

¿Cuál es el plan de expansión de la cadena?


En España seguimos en expansión, también en los países en los que ya hemos conseguido implantarnos y en principio en un futuro próximo en EEUU.

Compartir:

 delicious |  digg |  meneame |  technorati |  myYahoo

 Otras Entrevistas |  Imprimir

Carmen 18/05/2009 13:03:32

 Hola , estoy interesado en poner una tienda bershka en Marrakech (marruecos) y quiero saber todos lo...

ismael 18/05/2009 11:57:30

[Listado completo](#)