

## Almeida Viajes planea seguir creciendo a nivel internacional y cerrar 2008 con más de 320 agencias entre España y Portugal

Chile, Panamá, México y Argentina también forman parte de los mercados en los que Almeida Viajes prevé ampliar presencia

Lunes, 04/02/2008

**NEXOTUR.com** / La diversificación hacia nuevos productos y la aplicación de las nuevas tecnologías definen el modelo de negocio de Almeida Viajes. El grupo de gestión de agencias de viajes, que cerró 2007 con más de 95 millones de euros, prevé acabar 2008 con 320 agencias abiertas entre España y Portugal.

La facturación de Almeida Viajes alcanzó, durante el pasado 2007, un total de 95.723 millones de euros, lo que supuso un incremento del 30% frente al año anterior. En la actualidad, el grupo, presente en España y Portugal, cuenta con un total de 257 agencias de viajes, de las que tan sólo dos se encuentran en el país vecino.

Entre los planes de futuro se encuentra el de "incrementar hasta 300 las que poseemos en España y al menos, hasta 20 las de Portugal", anuncia a NEXOTUR la directora de Almeida Viajes, Inmaculada Almeida. Chile, "donde contaremos con al menos diez agencias", también forma parte de los planes de expansión internacional del grupo comercial, en base a "su situación económica y a la 'proximidad' cultural", señala Almeida. Asimismo, la directora del grupo no descarta crecer en mercados como Panamá, México y Argentina, "donde ya estamos realizando estudios de viabilidad".



Inmaculada Almeida es directora de Almeida Viajes.

De cara al futuro del Sector, Almeida destaca que los principales retos para las agencias pasan por "la unión para intentar competir con las grandes cadenas en comisiones, adaptación de la oferta al cliente y especialización en productos". En este sentido, el grupo comercial posee una importante oferta segmentada en tipos de clientes, como el colectivo de discapacitados, *gays* y lesbianas, y solteros o *singles*. Asimismo, cuenta con una oferta segmentada por productos, como el enoturismo.

### Tecnología, 'valor añadido' y diversificación

"Las nuevas tecnologías son el elemento diferenciador de las empresas hoy en día", señala Almeida. En este sentido, Almeida Viajes ofrece a sus agencias un importante sistema de gestión basado en la informatización, así como la comunicación *bluetooth* para sus clientes y 'buscadores' *online* especializados en sus ofertas. Asimismo, la directora del grupo incide en la necesidad de utilizar Internet en la comercialización de sus productos, que ya alcanza el 10% del total. En este sentido, destaca que "hemos sabido convertir la amenaza en oportunidad", con la diferencia de que "el agente de viajes tiene el valor añadido de ser un asesor, algo que no tiene la Red", sostiene Almeida.

