

Diego Otero

Director de Viajes Abramam

“Cada vez se va a demandar más especialización para estar a la altura del cliente”

Dedicada al sector de empresas, Viajes Abramam apuesta por asesorar al cliente para fidelizarlo, ofreciendo un trato directo y personalizado, aunque sin perder las ventajas de una gran agencia. Una larga experiencia en el sector y una marcada profesionalización del personal son sus principales bazas.

SAVIA: ¿Por qué se especializa Viajes Abramam en viajes de empresa?

Diego Otero: Creímos en su momento que especializarse en empresas era el camino a seguir porque el vacacional estaba ya demasiado explotado por las grandes empresas de viajes y optamos por ese nicho de mercado.

Estamos departamentizados y damos servicio integral a una empresa. Nos ocupamos de todo: reuniones, conferencias, incentivos, ferias... Incluso disponemos de un departamento de receptivo para Galicia. Intentamos abarcar todas las necesidades

El trato es más directo pero sin perder las ventajas de una gran agencia: la atención 24 horas y un personal con experiencia

presentes de la empresa y las que puedan venir con el tiempo, además de ser asesores de viajes, más que agentes.

SAVIA: ¿Cómo funciona viajes Abramam?

D.O.: Sobre todo a través del contacto directo. Tenemos dos agencias y llevamos a cabo la labor comercial nosotros mismos, apoyados en imagen de Lufthansa City Center –una asociación de cerca de 600 agencias de viajes en 64 países de todo el

mundo que nos proporciona una amplia red de corresponsales–, con lo cual tenemos una visión global, aunque actuamos localmente. También contamos con el grupo Europa como central de compras a nivel nacional.

SAVIA: ¿Qué les diferencia frente a sus competidores?

D.O.: Intentamos asesorar al cliente dándole un trato personalizado y lo más exquisito posible. Para nosotros no hay números, todo son personas y, a diferencia de lo que sucede en las grandes agencias, el trato es mucho más directo, pero sin perder todas las ventajas de una gran agencia: tenemos un servicio de atención al cliente las 24 horas y un personal muy profesional, con muchos años de experiencia, algo difícil en el sector.

SAVIA: ¿Qué destinos son los más habituales para Viajes Abramam?

D.O.: Por nuestro mercado quizá sea Asia el destino que más está creciendo, y Sudamérica, pero tampoco podemos olvidar Europa y el sur de África. Buenos Aires (Argentina), Montevideo (Uruguay), Johannesburgo (Sudáfrica) y Shangai (China) son las ciudades a las que enviamos más clientes.

SAVIA: ¿Cuál es el perfil de sus clientes?

D.O.: Aquí en Galicia, y más concretamente en Vigo, hay sectores muy característicos como la pesca, la automoción, la piedra y los servicios. Dentro de estos sectores tenemos una gran variedad de clientes, desde los que viajan mucho dentro de España a los que lo hacen a nivel internacional. Éstos últimos viajes son los más demandados en estos momentos. Trabajamos en un 80% con

pymes y, aunque también lo hacemos con algunas grandes empresas, solemos tratar con delegaciones, no con ellas a nivel global.


SAVIA: ¿Cuáles son sus previsiones para los próximos años y sus objetivos a corto y medio plazo?

D.O.: Esperamos que al menos podamos mantenernos como hasta ahora. Con un crecimiento mínimo pero creciendo. Una vez que se estabilice el sector esperamos volver a crecer como antes.

Durante el cuarto año de vida de la empresa, ARDÁN –Consorcio de la Zona Franca de Vigo– nos nombró ‘Empresa Gacela’ por tener un crecimiento superior al 25% durante tres años consecutivos. Esto sería lo ideal, pero tal como está el mercado habrá que esperar a que se estabilice. En Alemania y otros países europeos está disminuyendo

Un negocio familiar

- > En 1998 Ángel Otero funda en Vigo una agencia dedicada al sector empresas: **Viajes Abramam**.
- > En 2002 ARDÁN (Consorcio de la Zona Franca de Vigo) nombra a **Viajes Abramam ‘Empresa Gacela’**, por haber registrado un crecimiento superior al 25%.
- > Hoy, con 40 años de experiencia en el sector a sus espaldas, Ángel Otero ocupa la gerencia del negocio y la segunda generación, encarnada por **Diego Otero, se encarga de la dirección de la agencia.**

A man with dark hair, wearing a dark suit jacket, a light-colored striped shirt, and an orange and white striped tie, is looking directly at the camera. He is positioned in the lower half of the frame. The background is a large, slightly out-of-focus world map with a light blue and green color scheme.

”
La pesca, la piedra,
la automoción
y los servicios son
los sectores más
importantes en Galicia
y gestionamos viajes
a Asia, Sudáfrica,
Uruguay y Argentina

► el número de agencias y esa tendencia tiene que llegar tarde o temprano a España. Pero esperamos ser de los que se salven.

SAVIA: ¿Cómo está el negocio para el sector de viajes de empresa en Galicia?

D.O.: Hay muchos cambios, el sector está muy convulsionado y la competencia es feroz, pero los que llevamos aquí un poco más de tiempo intentamos fidelizar a los clientes y luchar contra los grandes que vienen ahora a probar suerte.

SAVIA: ¿Cómo cree que va a afectar el tren de alta velocidad al segmento *corporate*?

D.O.: De manera positiva, evidentemente. Las compañías aéreas van a tener que hilar muy fino, porque no tenían competencia pero ahora van a perder cuota de mercado y entiendo que bajarán los precios. Para nosotros, el tren de alta velocidad es una alternativa más. Para ir a Madrid, por ejemplo, los tiempos no varían mucho, ya que un vuelo desde Vigo dura una hora y diez minutos, más la hora antes que tienes

El manejo de de la nueva Amadeus Selling Platform es más fácil y gracias a eso los nuevos empleados pueden realizar reservas con el 100% de fiabilidad

que estar en el aeropuerto y el tiempo que pierdes en la recogida de equipaje y la llegada al centro. Dicen que en AVE se tardará alrededor de cuatro horas y media, llegando directamente al centro de la ciudad y pudiendo acceder al andén para coger el tren minutos antes de la salida.

SAVIA: El sector vive un momento de cambios en España: la irrupción en el mercado de las *low cost*, las agencias *online*, la tendencia hacia la concentración... ¿Cómo ve el futuro?

D.O.: Bien para los que estamos especializados y tenemos un nicho de



Los rasgos de Viajes Abramar

- **Sedes en Vigo y Porriño.**
- Apoyados en la imagen de **Lufthansa City Center** y en el Grupo Europa.
- **Un 80%** de sus clientes **son pymes.**
- **Trato directo** y personalizado.
- Atención al cliente las **24 horas.**
- **Reuniones, conferencias, incentivos, ferias...** Intenta dar respuesta a todas las posibles necesidades de la empresa.
- Personal **muy profesional** con años de experiencia en el sector.
- Procuran ser **asesores de viajes**, no meros agentes.

mercado del que podemos vivir. Para el resto lo veo complicado, porque cada vez se va a demandar más profesionalización y más especialización. Hoy en día el cliente sabe mucho y tienes que estar a su altura. Esa fue la aportación de Internet; todos aprendimos mucho de viajes. Pero yo espero seguir viviendo de esto. Lo que pasa es que ahora viaja mucha más gente y eso nos beneficia. Hoy en día viajar es una necesidad para todos; no es como antes, que era un lujo para los ricos.

SAVIA: ¿Qué opina de la implantación del *service fee* frente a las comisiones?

D.O.: Muchas agencias hemos sido perjudicadas, pero yo creo que lo peor de esto ha sido el trámite, el tiempo invertido en esta transición que todavía no está terminada. Debería haber sido un cambio drástico o haber optado por no cambiar, pero no llevarlo a cabo como se ha hecho. Ha resultado muy malo para muchos y un

poco mejor para otros. Lo que se ha hecho es ir variando el porcentaje y esto lo que hace es sembrar dudas, algo muy perjudicial para el cliente. Lo peor ha sido la falta de unión y comunicación en el sector.

SAVIA: Amadeus España presentó este año su nueva plataforma Amadeus Selling Platform y Abramar fue una de las primeras agencias en implantarla. ¿Cómo fue el proceso?

D.O.: Al principio no fue fácil. Como cualquier cambio, supone un miedo que, poco a poco, con las diferentes actualizaciones, se ha ido perdiendo. En realidad, es satisfactorio porque el manejo es muchísimo más fácil y gracias a eso todo el mundo puede usar perfectamente y al 100% de fiabilidad perfiles, reservas de coches, reservas de hoteles... Cosas que antes no se hacían y a día de hoy sí se hacen.

Además, cuenta con la ventaja de mantener la página de comandos para transacciones rápidas como la reserva de vuelos, algo útil para el que usaba con soltura el antiguo Amadeus. En nuestra agencia la mayoría sigue empleando las transacciones, aunque al utilizar lo que va saliendo nuevo se recurre al último sistema. Por ejemplo, en el caso de los hoteles emplean la parte más rápida, a través de la página de comandos, para reservar y la más visual, con fotos de hoteles, de cara al cliente.

Para la gente nueva en el negocio es muy beneficiosa, y también para el empresario, porque el tiempo de aprendizaje es mucho menor. La formación es muchísimo más económica y rápida, ya puedes exigirle a todo el mundo que sepa de perfiles, seguros, hoteles... En general, es muy ventajosa. La imagen gráfica me gusta, es muy diferente a lo que había hasta el momento, muy moderna.

SAVIA: ¿Reservan coches y hoteles a través de ella?

D.O.: Sí, por supuesto. Y aunque ha aumentado mucho el número de reservas de coches –el bono electrónico ha ayudado– y de hoteles, nos gustaría hacerlo más.