

Viajes originales made by pymes

29.06.2010 Y. Blanco

El verano ya llegó y las pymes quieren sacar todo el jugo a este periodo estival. Saben que la actividad del sector del ocio ha estado de capa caída con la crisis económica, pero quieren echar un pulso a las compañías especializadas en paquetes turísticos y ofertas de última hora.

En los últimos años, las cifras sobre el sector de los viajes hablan por sí solas. España se ha dejado por el camino más del 10% de sus visitantes extranjeros en sólo dos años: perdió un 8,7% en 2009 y un 2,3% en 2008. Y estos datos podrían agravarse, ya que la patronal española de turismo, **Exceltur**, estima que la caída del PIB turístico sea del 0,9% en 2010.

Con todo, los expertos consideran que lo peor ha pasado para el **sector turístico**, que representa el 10% del PIB español, y creen que este verano será clave para las compañías que se dedican a este segmento. Ayer mismo, en los datos sobre el turismo de mayo se vio algún síntoma de mejora. Según el Instituto de Estudios Turísticos, el gasto de los turistas internacionales en España alcanzó los 4.261 millones de euros durante el mes de mayo, un 4% más que en el mismo periodo del año 2009. El gasto medio por turista se situó en 848 euros en mayo, un 2,9% más que en el mismo mes de 2009; mientras que el gasto diario por turista fue de 98 euros, un 3,7% más.

Confiadas en esta incipiente recuperación, algunas pequeñas compañías quieren hacer frente a la oferta tradicional de las franquicias con otras propuestas originales que dan valor añadido. En su mayoría, son alternativas muy interesantes que ofrecen una experiencia única a sus clientes ya sean empresas o particulares, aunque no siempre a precios asequibles.

Adaptación

Sin embargo, las pymes también han tenido que amoldar su oferta a las nuevas necesidades actuales del mercado. La crisis la estamos sorteando con paciencia, sembrando para recoger y mejorando el servicio con apuestas que prestan cada vez más atención a las preferencias de los particulares, asegura Begoña Zancada, una empresaria que puso en marcha hace cuatro años Exploramundo.

Esta compañía ofrece la oportunidad de aprender idiomas mientras se visitan lugares exóticos. La emprendedora admite que, hoy en día, sí que existe una tendencia por parte de los clientes a buscar destinos más económicos, por eso incluyen en su oferta un viaje multiaventura en Pirineos y un velero en Baleares, con precios más asequibles.

Aprender idiomas recorriendo el mundo

Conocer las maravillas del mundo mientras aprendes el idioma natal del país que visitas. Con esta filosofía se creó Exploramundo hace cuatro años. Nuestros viajes aprovechan al máximo el tiempo, no sólo se disfruta de un safari o de estar en una playa caribeña, sino que además se aprende o se mejora un idioma, pero en lugar de hacerlo de una manera aburrida se propone fusionarlo en aquello que a nuestros clientes les gusta más, como puede ser jugando al golf, haciendo un crucero o disfrutando de la vela en Malta, por ejemplo, explica Begoña Zancada, creadora de la empresa.

Iniciaron su andadura con particulares y ahora trabajan también con compañías. Cada año suelen preparar en torno a 70 u 80 viajes en distintos puntos del planeta. Los destinos son variados y su oferta más económica es la de los Pirineos, una semana todo incluido por 880 euros.

Contemplar la Tierra a 110 kilómetros

Si aún tiene en la retina la imagen de Neil Armstrong dando un paseo por la Luna en 1969 y sueña con viajar al espacio, prepare sus ahorros porque es posible. Virgin Galactic, propiedad

de Richard Branson, es la primera aerolínea espacial comercial del mundo que pondrá en bandeja la posibilidad de contemplar la Tierra desde 110 kilómetros de altura.

Aquellos interesados en disfrutar de esta panorámica única sólo tienen que contactar con Bru & Bru, una agencia especializada en viajes de alto standing y la única autorizada para comercializar los vuelos suborbitales de Virgin Galactic en España y Andorra. Su propietaria, Ana Bru, será la primera mujer española en viajar al espacio, junto a su marido, en el vuelo inaugural previsto para 2011 ó 2012. Si quiere ser el siguiente, el precio del viaje es de 200.000 dólares (más de 160.000 euros).

De Londres a Sydney con OzBus

Empezó su andadura hace apenas tres años, pero ya cuenta con un grupo de adeptos que disfrutan de su oferta en viajes. OzBus es una pequeña compañía turística británica que, en 2007, comenzó a ofertar viajes desde Londres hasta Sydney, la capital australiana, en autobús.

Por extraño que parezca, OzBus logró conquistar su nicho de mercado, con clientes cuya edad oscila entre los 18 y los 81 años (aunque la mitad de los viajeros ronda los 45 años), dispuestos a recorrer el mundo en un viaje de 92 días. Además de la ruta que supuso la puesta en marcha del negocio, y que ya va por su 19ª edición y cuesta unos 5.105 euros, OzBus ofrece otras variantes desde la capital británica a Nueva York (8.510 euros) y a Katmandú, así como excursiones por el interior de África (desde 541 euros) y Australia.

Un hotel en el que se paga por horas

Una estructura modular que se monta como un lego, el popular juego de niños, y que utiliza la misma tecnología que los aviones. Éste es el concepto que está popularizando Lookotels, empresa especializada en construcción de hoteles, y que sigue el ejemplo de los hoteles cápsula en Japón y de otros alojamientos desarrollados junto a aeropuertos europeos como Heathrow (Londres) y Schiphol (Ámsterdam).

La ventaja de Lookotels es, sobre todo, para el cliente, que puede disfrutar de los servicios de un hotel de diseño por 15, 20 ó 30 euros, en función de las horas que pase en él, explica Jesús Menéndez, director general de la compañía, que estudia abrir su primer establecimiento en Madrid. Además, las sábanas y toallas son biodegradables y, después de que el cliente las use, se tiran.

Cooperantes, de vacaciones en Tanzania

En 1987, Zainab Ansell, que había trabajado durante siete años vendiendo billetes para Air Tanzania, aerolínea de bandera de su país natal, decidió tirarse a la piscina y montar su propia agencia de viajes. Necesitó dos años para lograr la licencia para vender billetes de avión.

Al poco de conseguirlo, amplió su actividad con la organización de safaris y excursiones al Techo de África, el monte Kilimanjaro. A mediados de los noventa, entró en el sector del alojamiento y, en la actualidad, cuenta con varios hoteles y campamentos en plena naturaleza, que gestiona con su hija Leila. Su espíritu emprendedor impulsó la economía local y la creación de empleo. Hoy canaliza su esfuerzo a través de la fundación Zara Charity y coordina programas de voluntariado para los turistas, que combinan vacaciones y cooperación.