

“Sabemos que este año nuestros resultados económicos no serán buenos, pero esta empresa nunca ha tenido prisa por tener un resultado a corto plazo. Si la base es buena, los resultados económicos satisfactorios llegarán, paciencia no nos falta”, explica Rafael Fuertes. Se muestra orgullo de “ser un referente en las ofertas flash en España”, e indica que son empresa muy tecnol

lógica que nunca ha hecho ninguna ronda de financiación y tampoco tiene endeudamiento, “cada vez nos atrevemos más a romper la frontera del país para comprar y vender productos, sobre todo con nuestro portal Esquiades.com. Estamos buscando sinergias con la hostelería y empresas tecnológicas que creo nos van a dar rédito en el futuro”.

Rafael Fuertes, fundador y consejero delegado de Viajes Para Ti

“Estamos en una buena posición para salir reforzados de esta crisis”

■ Mercedes Cobo

—Su marca **Buscounhollo.com** ha registrado un incremento en las reservas del 185% en el inicio del desconfinamiento... ¿Qué perspectivas tienen?

—La verdad es que cuando se inició el estado de alarma, se paró la contratación de viajes de forma radical, como es lógico y así estuvimos durante mucho tiempo con tímidos repuntes de reservas hasta que el presidente del Gobierno anunció que en verano habría turismo en España. En ese momento se recuperó parte de la confianza y hubo un primer incremento substancial. En días posteriores la tendencia estuvo estable durante unas semanas porque el Gobierno lanzó informaciones contradictorias, pero de nuevo en las última semana las cifras son esperanzadoras ya que estamos más que doblando reservas respecto a semanas anteriores y multiplicando por mucho lo de hace escasas semanas. De todas maneras, las cifras siguen estando lejos del año anterior. Nuestra perspectiva actual, es que, si no hay ningún rebrote muy grande, habrá temporada turística en España, con menos hoteles, ya que algunos que dependían del turismo internacional no podrán abrir sus puertas, pero la gente tiene ganas de salir y nosotros que ofrecemos oportunidades estoy seguro de que tendremos clientela para los hoteles que decidan abrir.

—¿Cómo les ha afectado la pandemia del Covid-19 y cómo le han hecho frente?

—Estamos muy contentos de cómo hemos hecho las cosas, ante una situación inesperada y catastrófica. Nosotros decidimos desde el primer momento devolver el dinero a los clientes y no hacer bonos, por supuesto que también hemos intentado aplazar reservas y ofrecer cambios muy positivos a nuestros clientes para evitar la cancelación. Pero desde un primer momento pensamos que el cliente difícilmente entendería que si había comprado unos servicios que no podríamos prestar no le devolviéramos el dinero y así lo hicimos. Para nosotros el cliente y nuestro compromiso con él están en nuestro ADN.

A nivel interno, nos vimos forzados a aplicamos un ERTE, pero la mayoría de trabajadores fue ERTE al 50%, de tal manera que pudimos seguir trabajando tanto nuestro contacto con el cliente, como con nuestros proveedores, como nuestra presencia en redes y nuestros desarrollos tecnológicos. Todo ello, a pesar de haber sido un coste adicional, nos ha colocado en “pole position” para que ahora que se están recuperando las cosas, el cliente esté apostando decididamente por nosotros y no podemos estar más agradecidos y contentos.

Sabemos que este año nuestros resultados económicos no serán



“Estamos potenciando el área privada en el caso de Buscounhollo.com, e intentando traspasar fronteras con Esquiades.com”

buenos, pero esta empresa nunca ha tenido prisa por tener un resultado a corto plazo. Para nosotros lo importante es que nuestro equipo humano trabaje cohesionado y motivado y sobre todo nuestra relación con proveedores y clientes sea sólida y satisfactoria. Si la base es buena, los resultados económicos satisfactorios llegarán, paciencia no nos falta.

—Se han posicionado como una de las agencias de viajes online más operativas a nivel nacional. ¿Cuáles son sus planes de futuro?

—Estamos muy orgullosos de ser un referente en las ofertas flash en España y liderar el mercado al respecto. Pensamos que tenemos más recorrido en este campo, hemos empezado a lanzar chollos exclusivos para nuestros clientes que han hecho ya compras con nosotros o chollos secretos para nuestros suscritos al newsletter etc. Todavía podemos sumar muchos más clientes al carro de los chollos y tenemos ganas de seguir ampliando nuestra base de clientes.

En otras marcas de nuestro grupo como Esquiades.com o Amimir.com también estamos explorando nuevos proyectos y vamos trabajando

AL TIMÓN

Rafael Fuertes nació el 24 de julio de 1979 en Reus (Tarragona). Licenciado en Economía por la Universidad Pompeu Fabra. Se considera una persona de carácter inquieto, de mente ingeniosa y visionaria. Le apasiona su trabajo y

su familia. Entre sus hobbies, destaca la práctica de deportes como el esquí, el vóley playa y lógicamente viajar. En 2002 fundó Esquiades.com, una empresa que creó desde su propia casa y con sus propios recursos, siendo él el primer y

único empleado durante varios años. Sin financiación externa, tras el éxito de Esquiades.com, creó la marca Buscounhollo.com en 2010, con el objetivo de desestacionalizar el sector. En 2016, fundó Amimir.com.

en paralelo para seguir sumando. En el caso de Esquiades.com, somos líderes en la venta de paquetes de esquí a nivel nacional, pero estamos haciendo una importante apuesta por la internacionalización y en el caso de Amimir.com, queremos intentar hacernos un hueco en el mercado de reservas hoteleras, ocupado actualmente por grandes referentes, pero sobre el que pensamos que tenemos una oportunidad de entrar gracias a nuestro know-how y buen servicio al cliente.

—Buscounhollo.com concentra el 60% de los ingresos del grupo. Antes del estallido del coronavirus, preveían superar los 100 millones de euros en facturación...

—No me gusta hablar mucho de cifras, pero sí es así, de todas mane-

ras, hay que pensar que de esos 100 millones que desde luego este año no llegaremos con la crisis, la mayor parte la pagamos a nuestros proveedores y nosotros nos quedamos un margen pequeñito para cubrir nuestros gastos, trabajadores, publicidad, oficinas, etc.

—Hábleme de los comienzos. ¿Cómo nació Viajes para ti? ¿En qué momento se encuentran ahora?

—Viajes para ti, nació con Esquiades.com en el año 2002. Fuimos la primera agencia online especializada en viajes de esquí, hoy somos el líder en España de los viajes de esquí. El inicio fue muy modesto, éramos 100% online, pero todavía había mucho trabajo offline. La primera temporada llevamos 600 personas a esquiar, mayormente gen-

te de la provincia de Tarragona, ya que la principal publicidad era a base de flyers y carteles en las universidades, y como los tenía que repartir yo, y tenía que hacer prácticamente todo... No disponía de tiempo para irme más lejos de donde me encontraba. La empresa nunca ha hecho ninguna ronda de financiación y tampoco tiene endeudamiento, con lo que las cosas han ido muy poco a poco, pero eso sí, sin pausa y con paciencia y constancia se puede llegar a casi cualquier sitio.

Nuestra empresa tiene 3 portales esquiades.com, Buscounhollo.com y Amimir.com. Nos encontramos en un momento bueno, porque siempre nos gusta mirar las cosas con optimismo, pero sinceramente pienso que como hacemos las cosas bien, estamos en una buena posición para salir reforzados de esta crisis. Nuestra empresa es muy tecnológica, el 30-40% de los trabajadores son programadores, cada vez nos atrevemos más a romper la frontera del país para comprar y vender productos, sobre todo con nuestro portal esquiades.com. Estamos buscando sinergias con la hostelería y empresas tecnológicas que creo nos van a dar rédito en el futuro. Y lo más importante: tenemos un equipo humano muy bueno y con muchas ganas de brillar y hacer brillar este proyecto.

Los clientes nos apoyan y repiten con nosotros, y si tenemos su confianza, por tanto, en ese aspecto no podemos estar mejor.

“Tenemos claro que hay potencial de crecimiento y también sabemos cómo nos gusta hacer las cosas a nosotros, perseverando y con esfuerzo diario”

—¿Quiénes son sus principales competidores y cómo es la relación con ellos?

—Tampoco me gusta mucho hablar de la competencia... pero tampoco me gusta no responder a preguntas. Respecto a otras OTAS en España hay gente haciendo las cosas muy bien. Digamos que Booking.com es un competidor muy duro, para nosotros y para todo el mundo, por suerte nosotros damos cosas a nuestros clientes que Booking.com no da. Airbnb es una nueva tendencia de compra que tiene su nicho y lo trabaja con potencia y bien, pero tal vez va a otro público. Voyage Prive se asemeja mucho a nuestro modelo al ser también venta flash, pero lo aborda de manera diferente. Yo estoy muy cómodo con la oferta de valor que realizamos en comparación a ellos. Logitravel es una agencia Española que apuesta por la tecnología y hace cosas muy bien hechas en España, es un difícil competidor, pero de nuevo, creo que hay espacio para todos.

—¿Cuáles son sus próximas estrategias?

—Nos gusta avanzar en la personalización del trato y mejorar en general nuestras herramientas. Como he comentado antes, antes estamos potenciado el área privada en el caso de Buscounhollo.com, e intentando traspasar fronteras con Esquiades.com. En general la estrategia es ir mejorando muchas áreas junto con las otras marcas del grupo para poder dar un mejor producto día a día a nuestro cliente (y es difícil porque el que damos hoy es muy pero que muy bueno). Pero tenemos claro que hay potencial de crecimiento y también sabemos cómo nos gusta hacer las cosas a nosotros, perseverando y con esfuerzo diario, como hemos hecho desde el principio.