

Verónica Sosa BARCELONA.

Tras 20 años trabajando en el sector del turismo religioso, Mònica Padrol decidió crear en 2007 su propio negocio: Ruth Travel. Pese a la crisis, la empresa especializada en rutas bíblicas y viajes de peregrinación ha sabido hacerse un hueco en un sector que está en alza como es el turismo religioso.

¿Por qué decidiste tirarte a la piscina para iniciar tu propio negocio?

Decidí emprender mi propio negocio en 2007 tras llevar toda la vida trabajando como agente de viajes en varias agencias. Pedí una póliza de crédito al banco de 60.000 euros y empecé a trabajar en el proyecto para ofrecer mi concepto de viaje religioso.

¿En qué consiste este concepto de viaje religioso que organizáis?

Aparte de trazar el itinerario del viaje, organizamos actos que no tienen coste económico como por ejemplo reservar misa en el sepulcro de Jerusalén. Nosotros vendemos experiencias intangibles, servicios no materiales para que nuestros clientes se lleven la experiencia de lo intangible.

¿Qué caracteriza a Ruth Travel?

Somos una agencia de viajes especializada en dos líneas de negocio: rutas bíblicas y viajes de peregrinación. Esta última línea representa el 80 por ciento de la facturación y consiste en ofrecer soporte técnico a las entidades que organizan rutas de peregrinación por ejemplo a Lourdes o a Tierra Santa para sus feligreses. La línea más novedosa y en la que somos pioneros en Cataluña es en la organización de rutas bíblicas. A través de esta línea organizamos itinerarios a lugares como la Mesopotamia Turca, Armenia y Etiopía. Las rutas poco tradicionales en destinos emergentes presentan un gran atractivo para los viajeros.

¿Cómo funciona la agencia?

Somos una agencia de viajes independiente. Tenemos una sede física en Barcelona desde donde orga-

“El turismo religioso no se vende en la Red”



RUTH TRAVEL

Mònica Padrol de Gaztambide

En 2007 fundó Ruth Travel, agencia de viajes especializada en rutas religiosas

Personal: nació el 16 de septiembre de 1965 en Sitges (Barcelona).

Carrera: estudió Turismo en la academia Adise de Barcelona.

Trayectoria: ha sido agente de viajes en Viajes Meliá y otras agencias de turismo. En 2007 decidió fundar su propia empresa y apostó por la especialización en el turismo religioso con Ruth Travel.

Destino: si tuviera que escoger un destino, se queda con Israel.

nizamos los viajes. Para nosotros el contacto con los clientes es importantísimo y por eso no comercializamos ningún viaje por Internet. La atención personalizada que ofrecemos y los detalles nos diferencian de la competencia.

¿Cuál es el perfil de los clientes que acuden a vuestra agencia?

Nuestros principales clientes son los sacerdotes de las parroquias, que organizan viajes para sus feligreses. Otros de nuestros clientes son las asociaciones culturales. Desde Ruth Travel organizamos viajes para grupos a partir de 15 personas pero también gestionamos viajes a medida para grupos más reducidos. Los viajeros suelen tener más de 60 años, la media está en los 73. Un 90 por ciento de los clientes repite la experiencia, la fidelidad y el boca a boca es muy importante.

¿Qué destinos son los más demandados?

En peregrinación nuestra especialidad es Tierra Santa, las rutas de San Pablo e Italia. En cuanto a las rutas bíblicas, los destino clave son la Mesopotamia Turca, Armenia y Etiopía. Las rutas poco tradicionales en destinos emergentes presentan un gran atractivo para los viajeros.

¿Cuántos viajes organizáis al año?

En un año podemos organizar 60 rutas y alcanzar los 2.000 viajeros.

En Cataluña somos la agencia que ha transportado a más personas a Israel, concretamente fueron 600 viajeros en 2011.

¿Con cuánto tiempo se organizan estos viajes?

Organizamos los viajes con diez meses de antelación, se tienen que organizar bien y requiere mucho trabajo previo de administración.

¿Aumenta la demanda en verano?

En primavera, otoño y verano es cuando más viajes organizamos. En Navidad y Semana Santa no tenemos grupos ya que es cuando los sacerdotes tienen más trabajo.

¿Habéis consolidado vuestros resultados a lo largo de estos años?

A lo largo de estos años hemos ido mejorando la facturación. Hemos pasado de los 300.000 euros el primer año a los 2 millones el año pasado, que facturamos el doble que en 2010.

¿Qué previsiones tiene para 2012?

Este año esperamos cerrar con una facturación similar a la de 2011, aunque creo que no superaremos los 2 millones.

¿Ha notado algún cambio de tendencia a la hora de reservar viajes?

Las reservas a última hora, que para nosotros es con seis meses de antelación, cada vez son más frecuentes. Los grupos no se forman con tanto tiempo de antelación porque hay personas que tienen dinero y ganas, pero tienen pánico de la situación económica. Por lo tanto los grupos suelen ser más reducidos y no se deciden hasta el último momento.

¿Tiene prevista alguna ronda de financiación?

No. La clave de éxito de Ruth Travel es la independencia, de momento no quiero ningún socio.

¿Ha pensado en instalarse en otras ciudades?

No lo descarto, de momento me atrevería a abrir en Madrid.

Ecomotor.es

El canal de información de motor
de elEconomista.es

