



“El Caribe es el producto estrella para este verano en *dominicanatours.com*”

Lilian Núñez CEO de Grupo Dominicana Tours

GrupoVDT (Grupo Dominicana Tours) es una empresa con más de 20 años de experiencia en el sector de los viajes a Latinoamérica y el Caribe. Para saber más de su filosofía de trabajo, hablamos con su CEO, Lilian Núñez.

¿Cuándo inició su andadura la empresa?

La historia del grupo se remonta al año 1997, cuando puse en marcha la primera agencia de viajes convencional en una localidad próxima a Madrid. Desde aquellos primeros días nos especializamos en dos segmentos del mercado turístico bien diferenciados: los vuelos desde Europa a Latinoamérica (trafico étnico), por un lado, y los paquetes turísticos con destino al Caribe, por otro. En el año 2002, conseguimos mejorar la distribución de nuestros productos gracias a la incorporación distintos softwares que facilitan la venta online y el desarrollo de plataformas tecnológicas para iniciarnos en el comercio electrónico. Esa decisión estratégica propició que pudiéramos introducirnos en nuevos mercados en España, consiguiendo importantes avances en ventas B2B y B2C.

¿Cuál es la foto actual de la GrupoVDT?

En noviembre del año 2006, abrimos la primera oficina virtual fuera de España. El país elegido para comenzar con nuestro proceso de internacionalización fue Portugal, donde creamos la marca *www.dominicanatours.pt* como especialista en viajes al Caribe. En los años posteriores creamos otras oficinas virtuales en Italia, Francia, Rumania y Bulgaria, todas ellas atendidas desde la central en Madrid. El crecimiento internacional continuó con otras marcas del grupo, como el Consolidador aéreo GRUPOVDT.COM especializado en tarifas aéreas a Latinoamérica.

¿En qué consiste?

Un consolidador aéreo es un distribuidor a gran escala de plazas aéreas y otros servicios turísticos a otras agencias de viajes. Somos un consolidador internacional líder en ventas y emisión de billetes aéreos que tiene una amplia experiencia en el sector, donde opera desde el año 2000. Y hoy está presente en cinco países: España, Estados Unidos, Colombia, República Dominicana y Ecuador. Con oficinas propias y licencia IATA. Esta estructura nos garantiza el poder ofrecer a las agencias de via-

jes y clientes directos las tarifas más competitivas del mercado.

Por otro lado, contamos con un motor propio de búsqueda multisistema en constante actualización, que hace que podamos ofrecer servicios aéreos con tecnología puntera e integración de los GDS (sistemas de distribución global) y NDC (sistemas de nueva capacidad de distribución) más importantes del sector turístico. Gracias a nuestra expansión, tecnología y estructura, el GrupoVDT puede compartir bidireccionalmente su contenido con grandes consolidadores a nivel mundial, siendo respetados como proveedor de servicios en el sector. Además, la expansión internacional hizo que creciera la facturación exponencialmente al incorporar a la organización a grandes profesionales del sector con los que contamos actualmente, situando al grupo con más de 150 personas alrededor del mundo. Somos el único Consolidador español con oficinas propias en Latinoamérica y Estados Unidos.

¿Cuál es la propuesta de valor de GRUPO Dominicana Tours en el sector de los viajes?

Sin duda, el equipo humano que lo conforma. Siempre me jacto al decir que lo más

importante para mí no es ser la líder del grupo, sino trabajar mano a mano con un equipo líder. Se trata de un grupo con amplia experiencia y conocimiento del sector, lo que nos permite trasladar con facilidad nuestro concepto de negocio B2C/ B2B.

Por otra parte, disponer de una plataforma tecnológica exclusiva que incorpora el más potente buscador de tarifas aéreas y nuestro poder de negociación con proveedores hacen que nuestros aliados y clientes reciban la mejor relación servicio-calidad-precio. El hecho de ser especialista en vuelos a Latinoamérica y en ventas de paquetes turísticos al caribe nos convierte en referente en el mercado español. En este sentido, es importante el papel de las webs destinadas

GrupoVDT es un referente en el mercado español y está especializado en productos turísticos para Latinoamérica y el Caribe

The screenshot shows the website interface with a search bar at the top. Below it, there's a banner for 'Nuevos destinos 2022' featuring 'CARTAGENA DE INDIAS' with the slogan 'hay que vivirla'. A search bar below the banner shows 'Destino: Punta Cana', 'Origen: Madrid', and 'Fecha de Salida:'. Below the search bar, there are two main sections: 'Caribe Nuestra especialidad' and 'Otros Destinos'. The 'Caribe' section lists four packages: Punta Cana (7 días, \$324), La Romana / Bayahibe (7 días, \$324), Samaná (7 días, \$324), and Riviera Maya (7 días, \$324). The 'Otros Destinos' section lists four packages: Costa Rica (7 días, \$324), Maldivas (7 días, \$324), San Jose del Cabo (7 días, \$324), and Cabo San Lucas (7 días, \$324). Each package includes a price per person and a total price.

al B2C como Vuelokey.com y Dominicanatours.com, donde los clientes pueden encontrar un sinfín de productos muy diferenciados del resto de nuestros competidores.

¿A qué perfil de cliente se dirigen?

Como comentaba, nuestro grupo cuenta con varias marcas en el mercado, lo que define el perfil de cliente de cada una de ellas. En el caso de la *Dominicanatours.com*, nos dirigimos a un cliente amante del todo incluido en aguas paradisíacas como las del caribe y hoteles de 5* lujo donde se le trata como a un rey durante su estancia, que suele ser de una semana.

En cuanto a la marca *vuelokey.com*, se dedica a vender servicios sueltos de avión más hotel o solo vuelos a Latinoamérica y Estados Unidos, ya que cuenta con un abanico de posibilidades para el cliente, en condiciones y precios que hacen que nuestras tarifas seas diferentes a las de otros competidores más generalistas. De hecho, el cliente que compra en *vuelokey.com* puede tener una diferencia exponencial de precios si compara lo que proponemos con la competencia.

¿Por qué elegir Dominicana Tours? ¿Qué es lo que les hace diferentes?

Lo que hace diferente al GrupoVDT y a sus diferentes marcas es la especialización, ya que cada una de ellas está identificada con su nicho de mercado.

¿Cuál es el producto estrella para este verano?

El producto estrella para este verano en *dominicanatours.com* es el Caribe. Si hablamos de destinos podemos destacar como siempre Cancún y Punta Cana, pero cabe destacar la muy buena aceptación que está teniendo este verano Samaná, en la República Dominicana, un entorno vacacional único para ir en familia o en pareja.

¿Cuáles son los retos de futuro del grupo?

Nuestro principal desafío es mantener el crecimiento de sus marcas a pesar del pesimismo que ronda nuestro sector; cuando no es el COVID que vuelve a golpearnos y no termina de irse, es la guerra de Ucrania, que desgraciadamente hace que nuestros clientes sientan miedo de viajar. A pesar de todo eso, nuestras marcas *Vuelokey.com* y *grupovdt.com* están por encima de la facturación del 2019, unos pasos que viene siguiendo también, a su ritmo, *Dominicanatours.com*.

vuelokey.com
grupovdt.com
dominicanatours.com