Presentación

Grupo AM

2019

ÍNDICE

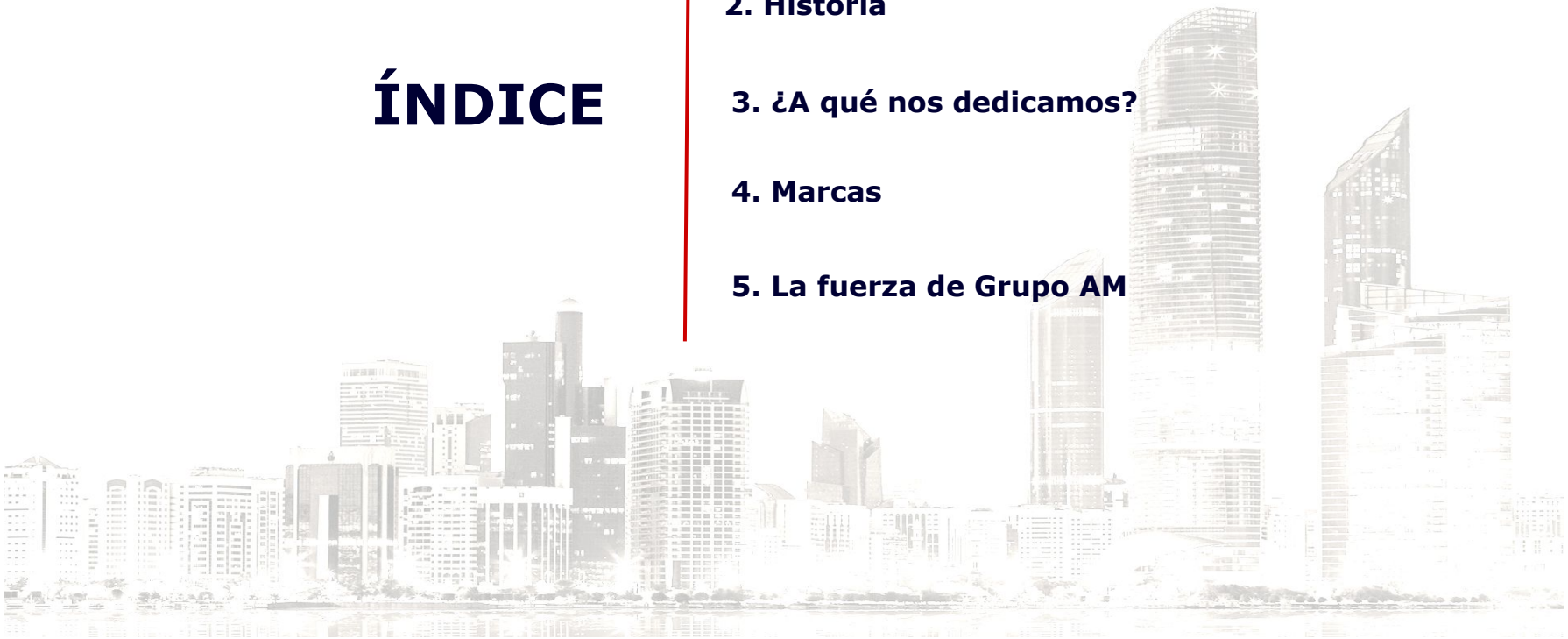
1. Presentación

2. Historia

3. ¿A qué nos dedicamos?

4. Marcas

5. La fuerza de Grupo AM



presentación **empresa**

Grupo AM es una empresa dedicada al turismo con casi **40 años de experiencia.**
La empresa familiar, surgió en **Bilbao** donde residen sus oficinas centrales.

El Grupo AM está formado por **diferentes marcas**, desde mayoristas que elaboran producto propio tanto de larga distancia, cruceros o de circuitos por Europa y Península, hasta minoristas que comercializan estos y otros productos de diferentes proveedores. Además, también cuenta con marcas especializadas (Buceo y Excursiones)**.**

En la actualidad, **más de 220 profesionales** forman un equipo de expertos en viajes y turismo que garantizan la calidad de todos los servicios. Una empresa en **constante crecimiento** y siempre a la última en **innovación y vanguardia.**

Grupo AM es una empresa **certificada** con la Q de calidad turística

nuestra **historia**

1. Evolución de 1982 a 2019

1982

- 1 Oficina en un piso en Bilbao
- 3 empleados
- 1 Única marca comercial

En 1982, Juan Mari del Hoyo, se lanzó a la aventura de crear su propia Agencia de Viajes, con el aval de la Experiencia acumulada en Viajes Meliá, donde comenzó de Botones con apenas 16 años, y su afición a los viajes y excursiones en Clubs de Montaña.

Cartel de Viajes a la Final de 1984 con el Athletic

1. Actualidad

2019

- 50 Oficinas en todo el Estado
- **220 empleados**
- Grupo empresarial forjado con varias marcas empresariales

Tras más de 40 años en el Sector Turístico, Juan Mari se retira definitivamente dejando la empresa a cargo de sus hijos, Juan e Iñigo, que llevaban unos años colaborando con él en la Dirección, y tomando progresivamente las riendas del negocio familiar.

74 | DEPORTES | FALTAN 16 DÍAS PARA LA FINAL DE COPA

Jueves 14.05.15 EL CORREO

Juan Mari del Hoyo, con el cartel de la final de 1984, con sus hijos Iñigo y Juan de escoltas en la sede de Azul Marino. :: LUIS ÁNGEL GÓMEZ

31 años de viajes hacia un sueño

Juan Mari del Hoyo y sus hijos, de Azul Marino, evocan el primer desplazamiento organizado a una final y hablan del duelo del día 30 en el Camp Nou

:: JUANMA MALLO

BILBAO. Ha respirado aire rojo y blanco desde pequeño. Disfruta de la pasión por el Athletic desde que su padre, amigo del mítico 'Rompecascos', Gabriel Ortiz, le inyectó la devoción por el club vizcaíno. Y ese sentimiento provocó que en 1984, de cara a aquella inolvidable final de Copa ganada al Barça con el gol de Endika, se lanzara a organizar los viajes de la hinchada a Madrid, a la conquista de un sueño. 31 años más tarde, continúa con esa misma ucula afición y, a la vez, sigue transportando a los seguidores a toda clase de destinos. Dentro de un par de semanas repetirá la operación: llevará a miles de fieles hacia el Camp Nou, a ese encuentro en el que los de Ernesto Valverde deberán apelar a la heroica para destruir al gigante catalán. Con el pin del Athletic en la solapa, y una camisa con el escudo, Juan Mari del Hoyo, fundador de Viajes Azul Marino hace 35 años, repasa, acompañado de sus hijos Juan e Iñigo -directores ejecutivos de la empresa-, su historia y la de los desplazamientos. Siempre masivos.

«Yo he sido «aficionado del Athletic desde niño. Mi aita, con 'Rompecascos', empezó con el gizmo de 'Athletic, eup!'. Luego llevaban una bandera muy grande, que pesaba mucho e iba siempre con él. Lo llevo en la sangre», describe Juan Mari en un amplio despacho de la sede central de su empresa, situada en Hurtado Amezaga 4, un edificio con soleras: fue una de las sedes del club antes de asentarse en el palacio de Ibaigane. «Compramos estos locales porque son históricos», concede el progenitor, que ya a finales de los 60 organizó un tren chárter desde Atxuri hasta San Sebastián para permitir a los hinchas sufridores disfrutar del derbi en Atocha frente a una Real recién ascendida.

Y hasta hoy, pasando por la luna de miel de Andoni Goikoetxea, y por aquella final de Copa de 1984, cuyo anuncio 'vigila' la conversación. «Me acuerdo que había unas colas enormes», echa la vista atras el creador de la firma. Ahora, también se nota movimiento. «En el año que más hemos vendido cuando aún no se han repartido las entradas», explica Juan. La mayoría de la gente apuesta por el autobús, que arranca desde los 59 euros. «Se empiezan a vender primero los viajes más baratos. Pero cuando queda menos tiempo, se empiezan a vender los más caros: el que tiene más dinero espera más», detalla. De momento, han bloqueado algo más de 100 autobuses y predicen que tendrán que acudir a otras provincias para reforzar las plazas. «Es que aquí no hay suficientes».

«Una final arriesgada»

Como a los aficionados, la decisión de que el Camp Nou acoja el duelo les pilló por sorpresa. «El 25 de marzo -día de la elección- fue una locura». A la basura todo el trabajo previo de reservas, en Madrid, en Sevilla y Valencia. «Ha sido la final más arriesgada para el organizador, porque tienes que pagar el 100% de los boceles en Cataluña. Si luego no los vendes...», expresa Juan Luis. El ritmo ha sido bueno, pese la amenaza de huelga lo ha ralentizado. Ese sí, confían en que todo se solucione y esperan que hoy, en cuanto se empiecen a entregar las localidades y se sepa la decisión de la Audiencia Nacional, se produzca un repunte. Como sucedió en Bucarest, una final en la que observaron «entornos impresionantes». «Vino una abuela para pagar el viaje a los nietos. Mucha gente nos daba una pequeña cantidad y luego pagaban el resto cuando podían... Y allí tuvimos que traer a gente que se había confundido de avión. Hemos tenido que traer en más de una ocasión a gente perdida».

Y echan la vista atrás para analizar el cambio que ha supuesto internet. Lo cuenta Iñigo. «Te permite tener 'abierto' las 24 horas. Tenemos reservas a la una, a las dos de la madrugada. Pero nuestro trabajo es igual: para contratar los hoteles tienes una persona al otro lado del teléfono, detalla. Encuentran con clientes de otras provincias. «Cogen solo hotel, o solo la vuelta. O, por ejemplo, vienen desde Madrid hasta aquí para vivir el ambiente de desplazamiento». Todo por el Athletic. Como hace 31 años.

El autobús del Athletic en la calle Ayala. :: AZUL MARINO

EN BREVE

Presentan un vino especial para la final

CON DANI DE PADRINO

:: Daniel Ruiz Bazan, 'Dani', el último capitán del Athletic que levantó la Copa del Rey -fue el 5 de mayo de 1984 gracias a un triunfo en el Santiago Bernabeu contra el Barcelona con una diana anotada por Endika Guarrotxena-, apadrinó ayer la presentación de una edición especial del vino del Athletic, diseñado para la final del 30 de mayo en el Camp Nou. Serán 3.000 botellas, de las cuales 500 se venderán en la tienda oficial del club, y el resto, 2.500, estarán a disposición de los clientes de BM Supermercados. De la marca Añada Reel, la bebida aparece 'empaquetada' con una imagen del exdelantero del Athletic, el segundo máximo goleador de la historia de la entidad vizcaína por detras de Telmo Zarra (333 por 199), alzando el trofeo, conseguido en Madrid.

Dani, con una botella del vino especial de la final. :: EL CORREO

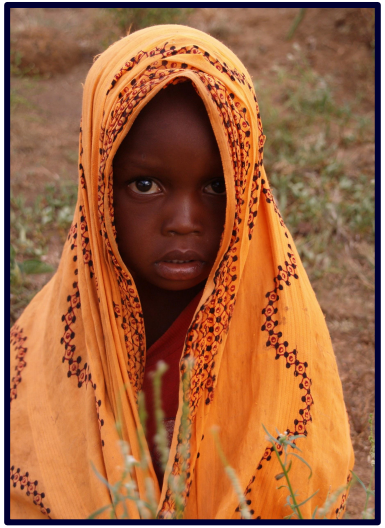
Diez alineaciones de 'Sangre de león'

CAMPAÑA DE DONACIÓN

:: «Tu sangre de león da la vida» es el lema de la campaña del Athletic, Altolá Basque Water y la asociación de Donantes de Bizkaia. El objetivo marcado es conseguir 275 donaciones y completar así las 25 alineaciones ganadoras de Copa (se cuenta también la de Barcelona) con donaciones. Ayer se alcanzaron las 10. Hasta el momento, se han sumado 115 personas.

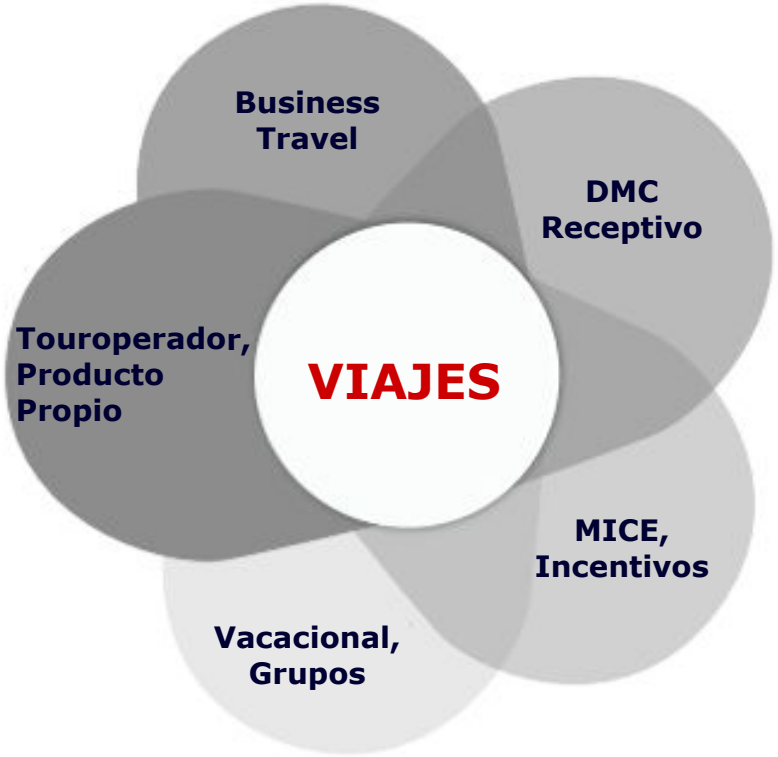
Noticia diario El Correo
14 mayo 2015

- 1984 - **Agencia de Viajes independiente** que organiza Viajes a la Final con el Athletic
- 1986 - Nueva oficina: **Madrid**
- 1988 - Marcas Tour-operadoras mayoristas definitivas: **Club Marco Polo y Nervión Travel**
- 1993-... - Nuevas oficinas (Barcelona, Valencia, Santander…)
- 1997 - **Q de calidad Turística**
- 2011 - Se crea el **área receptiva**
- 2012 - Compra de Viajes **Gantour** y Viajes **Cajasur**
- 2015 - Compra de **Viajes Navarra** (Navarra)
- 2016 - Compra de **Viajes Nortesur**, Ganador de los primeros **concursos públicos**.
- 2017 - Nuevo departamento **Mice**, creación de **Responsables de Zona,** captación de la primera **cuenta cotizada** y de los primeros **Implants**
- 2018 - Compra de Viajes **Iltrida** e **Ibercaja** Viajes



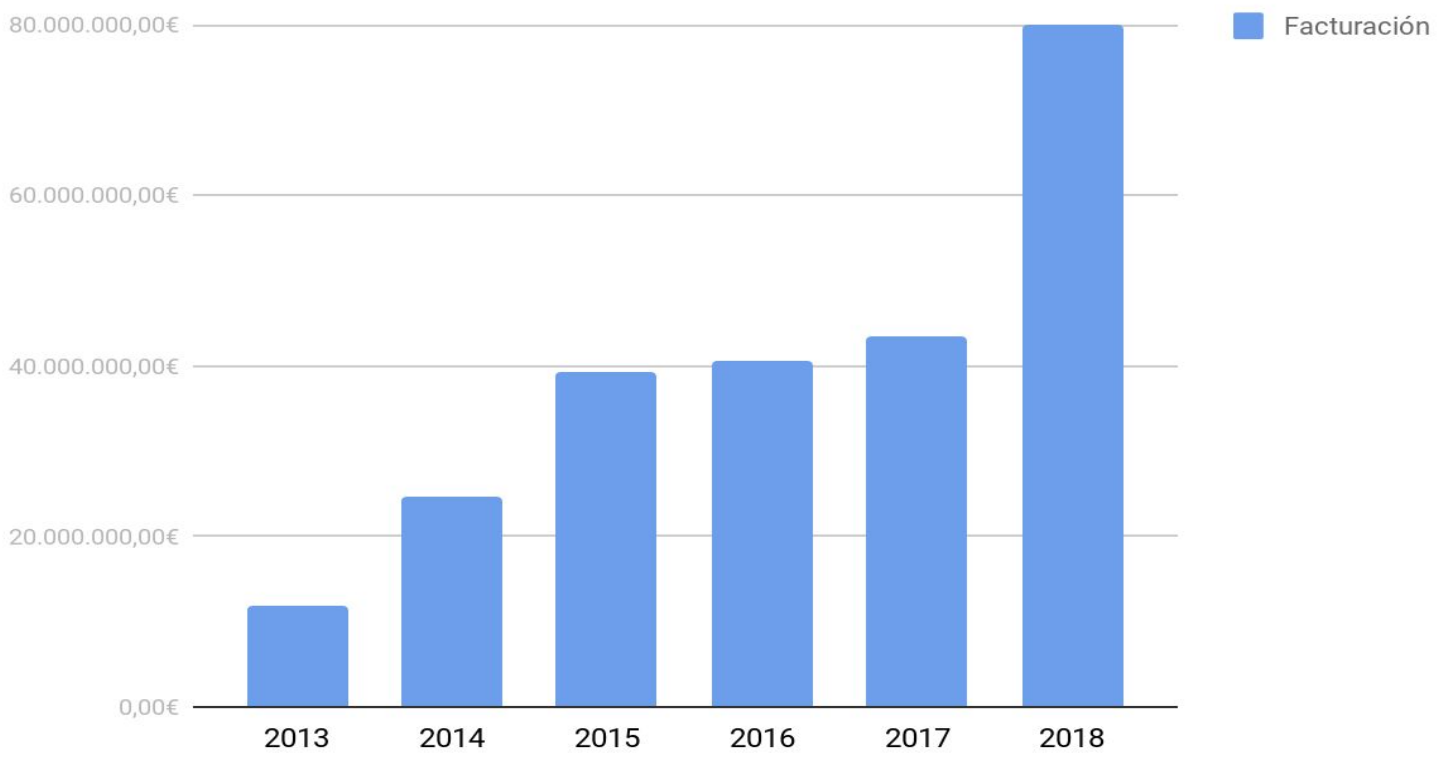
- 1988 - Enviamos los primeros grupos de Viajeros a **Vietnam.**
- 1991 - Primera agencia con Viajes a **Irán.**
- 2002 - Última Agencia con Viajes a **Irak.**
- 2006 - Vuelo exclusivo directo a **Níger** para ver el Eclipse de Sol.
- 2010 - Pioneros en Grupos y Viajes a **Corea del Norte.**
- 2014 - Expediciones con Sebastián Álvaro (Al Filo de lo Imposible)
- 2017 - Primer viaje Comercial al **Festival Hornbill** - Región de los Nagas - Nagaland (India Noreste)
- 2018 - Viajes para **visitar Chernobyl** (Viaje a Bielorrusia con excursión opcional)
- 2019 - Primera agencia española en volver a **Siria**.
- Primeros en Expediciones a la **Antártida.**
- Programando **Viajes al Desierto,** impensables hoy día: Mauritania, Argelia, Libia, Siria, Yemen...

a qué nos **dedicamos**


Business Travel
DMC Receptivo
Touroperador, Producto Propio
VIAJES
MICE, Incentivos
Vacacional, Grupos

Grupo AM se ha consolidado entre clientes y proveedores como **una de las agencias más prestigiosas y reconocidas a nivel nacional.**
Su continua adaptación a nuevos mercados y su **fuerte inversión en tecnología y personal** hacen de Grupo AM un referente en turismo.

- **Oficina central en Bilbao:** mayorista-minorista
- **BTC´s**: Bilbao, Zaragoza, Madrid, Barcelona, LLeida, Sevilla e Implants
- **Red de oficinas:** 50 repartidas por 40 ciudades en toda la península
- **200 dominios:** online en todo el mundo
- **Cobertura Internacional:** Red de corresponsales internacional


80.000.000,00€
60.000.000,00€
40.000.000,00€
20.000.000,00€
0,00€
2013
2014
2015
2016
2017
2018
Facturación

Azul Marino Viajes es una garantía de **éxito**

Como empresa somos parte de este mundo, un mundo que queremos conservar y por el que nos preocupamos. Por ello, además de **trabajar por un turismo sostenible**, tratamos de colaborar en causas solidarias.

Colaboramos con la ONG "**Acción contra el hambre**" de diferentes formas, a través del patrocinio de actos o con la participación activa en eventos y contamos con su **'sello Premium', reservado para colaboradores activos** durante un largo período de tiempo.

Como ejemplo, participamos en el **Challenge Interempresas Contra el Hambre**, una carrera solidaria en la que donamos 10€ por cada km. recorrido por uno de nuestros trabajadores.

convención **anual**

En Grupo AM sabemos que nuestro éxito es gracias a todo el equipo y al esfuerzo de todas las personas que lo forman; por eso todos los años celebramos una convención en Bilbao en la que nos reunimos todos.

las **marcas**

grupo am

azul marino
viajes

keops
viajes

azul marino
BUSINESS TRAVEL

grupo am

MATX
CRUCEROS

azul marino
MICE & GROUPS

Club
Marco Polo

Club
viajeros am

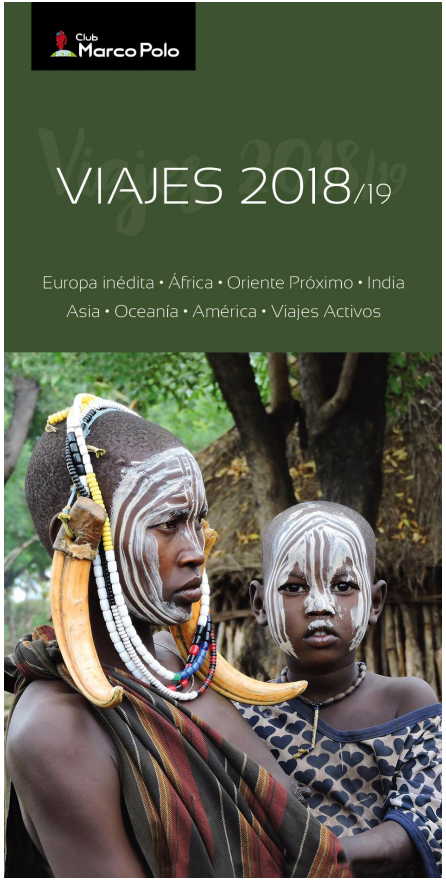
Nervión
travel

Azul Marino Viajes es la marca minorista del Grupo AM. Es la 6ª red de agencias de viajes más grande de España y la 1ª sin capital externo, 100% familiar.

Los viajes de Club Viajeros AM se comercializan solo en la red de Azul Marino Viajes.

- Son Grupos reducidos, adaptados al destino y con un buen ambiente, creamos grupos ideales para cada viaje.
- Viajes con un Acompañante de Azul Marino Viajes, que vela por el correcto desarrollo del Viaje y de sus servicios.
- La mejor relación calidad - precio. Régimen de Comidas, Visitas, Entradas...
- Tasas aéreas incluidas. Son Precios Finales.
- Con un Seguro incluido de Asistencia en destino, y Gastos de Anulación. ¡La Calidad y Seguridad incluso antes de salir de Viaje!
- Selección de Programas con Todo Incluido, gastos del viaje, bebidas en comidas, propinas, tasas, excursiones....

azul marino viajes | Club viajeros am | **www.azulmarinoviajes.com**



Club Marco Polo es el **Touroperador nº1** en España en Viajes **Alternativos y de Aventura.**

Desde 1980, fuimos **pioneros** al crear una línea de viajes diferente al turismo vacacional tradicional y ahora mismo somos un referente en larga distancia. Club Marco Polo lanza su completa programación en Abril, a través de su catálogo impreso utilizado durante todo el periodo de vigencia: de mayo a abril del año siguiente, estando presente en las Ferias de Turismo, actividades culturales y promocionales, oficinas, agencias de viajes, etc...

Club Marco Polo

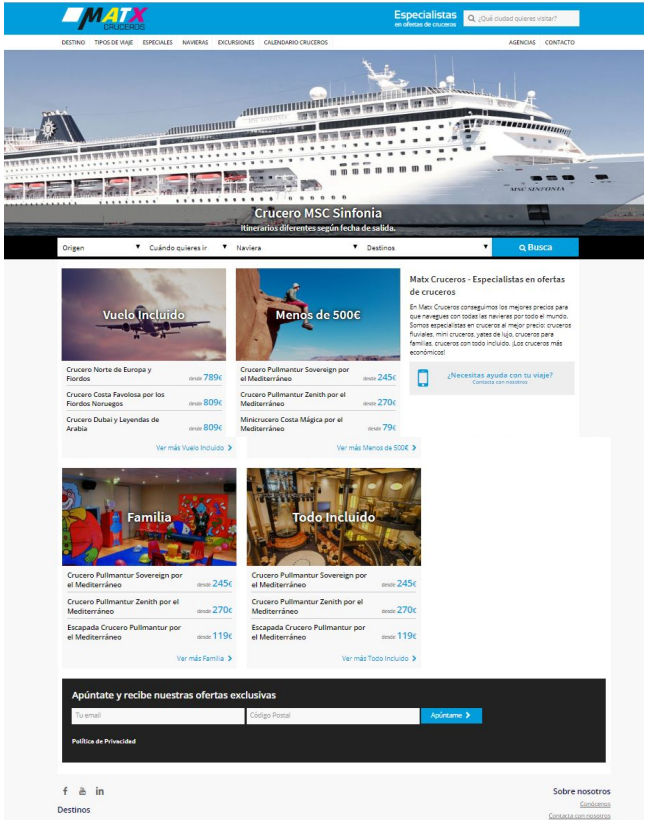
www.clubmarcopolo.es

Nervion Travel es una marca propia especializada en **circuitos por Europa y península tanto en bus como en avión.** Tiene especial dedicación en fechas de puentes y salidas especiales así como grupos con salida garantizada.

Tiene sede de empresas tanto en **Bilbao como en Sevilla.**

Nervión travel

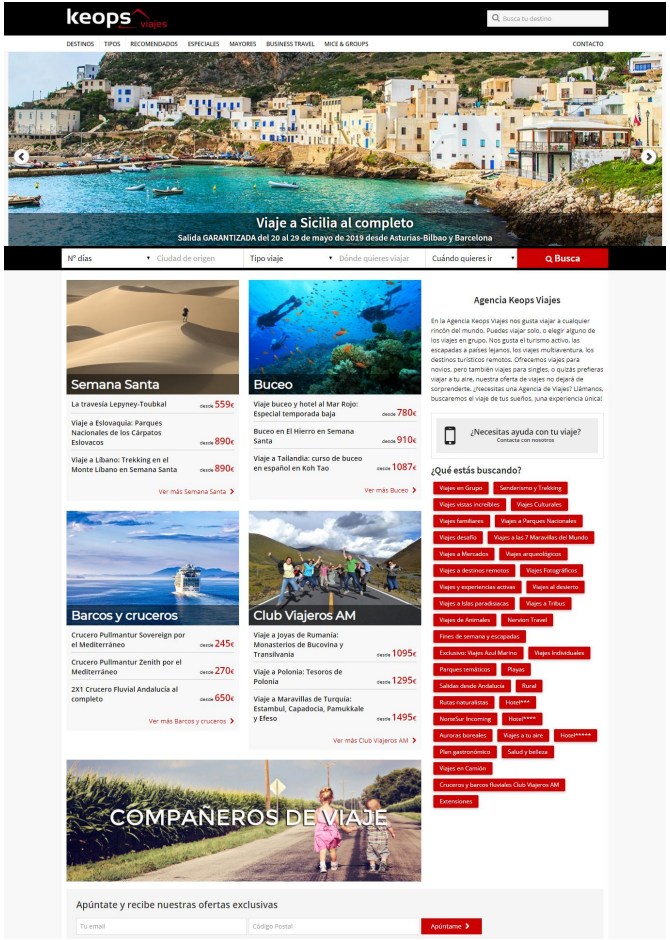
www.nervion.com



Matx Cruceros es una marca **mayorista especialista en ofertas de cruceros.**

Como broker de cruceros, Matx compra cupos directamente a las navieras para poder vender más económico a las agencias de viajes. Con sus precios, las pequeñas agencias pueden competir con las grandes agencias y con las online.

www.matxcruceros.com



Keops Viajes es la **franquicia de Grupo AM**. Es una marca minorista que nace en 2018 con su primera oficina en Zaragoza. En febrero de 2019 ha abierto su 2ª agencia, en la Comunidad Valenciana y se espera que pronto siga extendiéndose por otras ciudades....

Keops Viajes es una agencia joven y moderna especializada en grandes viajes a medida, para grupos, viajeros individuales, business y MICE.

keops viajes

www.keopsviajes.com

La Montañera

SALVELINUS

excursiones CRUCEROS.info

TravelReservas

En Grupo AM entendemos que el **público** al que nos dirigimos es **cada vez más heterogéneo** y que las aficiones e intereses de las personas cambian. Por ello, nos esforzamos por dar respuesta a las necesidades que surgen y es por ello que nos especializamos en diferentes nichos de mercado.

Por ello, trabajamos en **distintas líneas** de negocio en las que nos dirigimos a públicos muy específicos con el fin de **satisfacer sus objetivos e incrementar nuestro share de venta:** por un lado, viajes orientados a amantes del **buceo**, tanto veteranos como noveles que quieren "zambullirse" en esta afición en diferentes puntos del planeta.

A estos viajes de nicho se suman otro tipo de viajes asociados a experiencias concretas como pueden ser viajes deportivos, de La Montañera o de pesca como es Salvelinus.

comunicación **del grupo**

Grupo AM tiene una **identidad corporativa muy consolidada** ya que mantiene una gran cohesión y unión entre todos sus elementos comunicativos.

La acciones del grupo pasan por una **estrategia 360º que integra tanto la parte online como offline** en una misma dirección.

Por ello, formar parte del Grupo supone un **gran respaldo por parte de una marca muy afianzada en el sector**, una proyección a un gran público y una garantía de éxito.

Las **agencias** de Azul Marino Viajes tienen un **aspecto innovador, diferencial y muy atractivo con espacios amplios.**

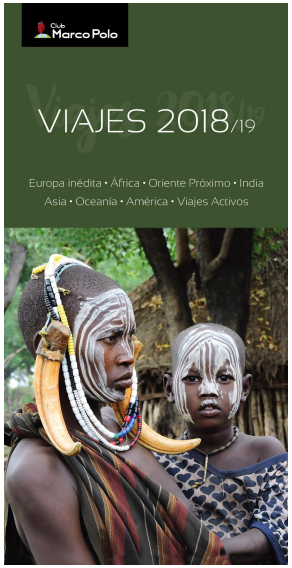
El **escaparatismo** de las agencias tiene una doble vertiente; por un lado hay **ofertas propias** de esa agencia con salidas locales. También hay **pantallas** donde se reproducen vídeos corporativos u ofertas huyendo del clásico escaparate de oferta en papel.

Por último, en las diferentes ciudades, Azul Marino Viajes organiza o colabora en multitud de eventos con el fin de **potenciar el conocimiento de marca tanto a nivel local como global**

Las mayoristas **Club Marco Polo, Nervión Travel y Matx Cruceros** lanzan cada año un catálogo propio que se reparte personalizado por las oficinas de Azul Marino Viajes de toda la península de forma exclusiva. Así pues, desde 2017 también el producto propio de **Club Viajeros AM** tiene su catálogo.

La **oferta** de estos catálogos es **amplia y variada** y, dentro de su especialización, cada una de ellas busca cada año ofrecer destinos alternativos o servicios complementarios que garanticen una experiencia única y diferente a la de la competencia.

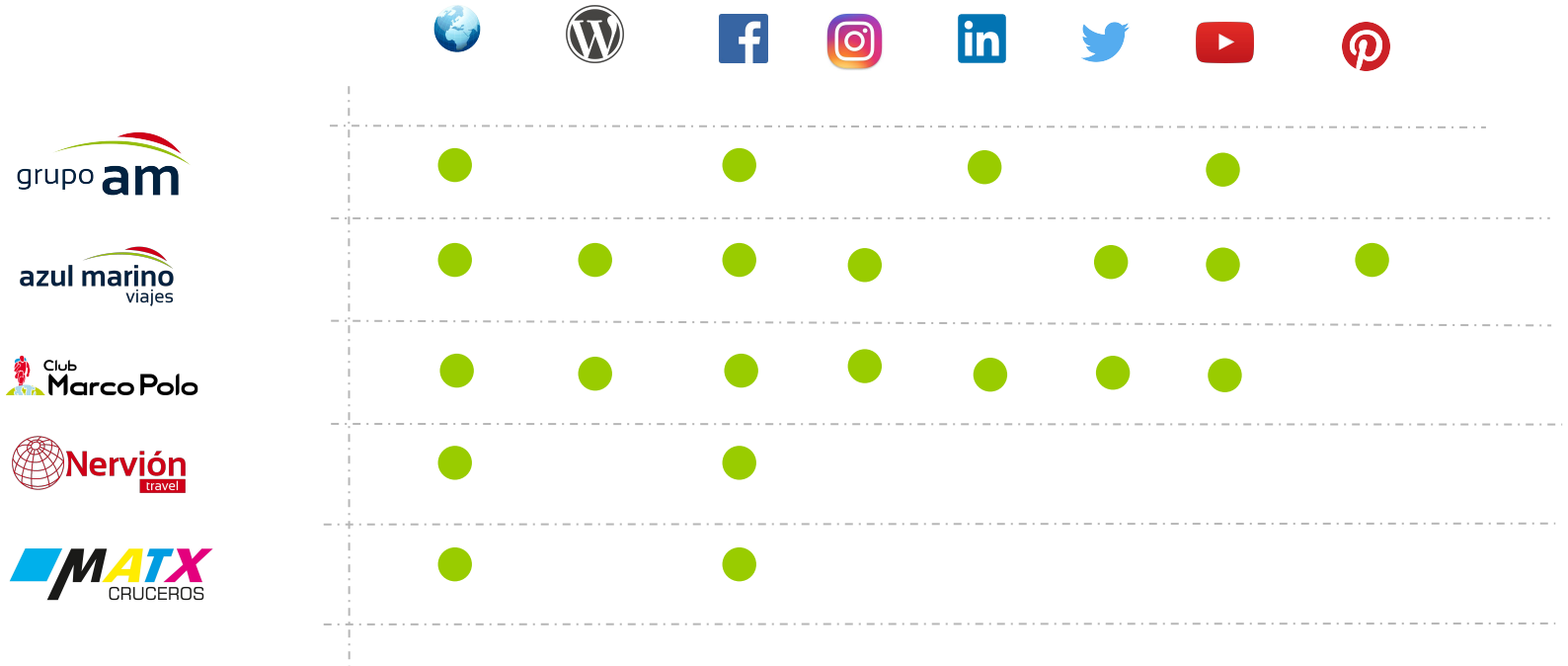
Además de los viajes clásicos que todos los años se repiten porque **así lo quieren los clientes** y porque son **sello propio** de Club Marco Polo y Nervión, siempre se busca **innovar** y ser los primeros en llegar a los destinos más recónditos y/o los últimos en irnos. (Como es el caso de Irak o Corea del Norte).

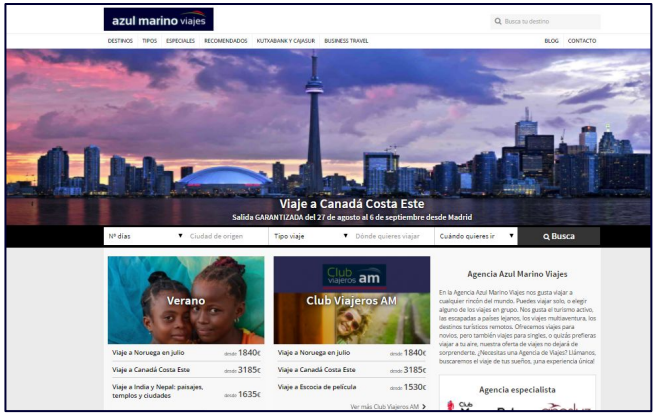


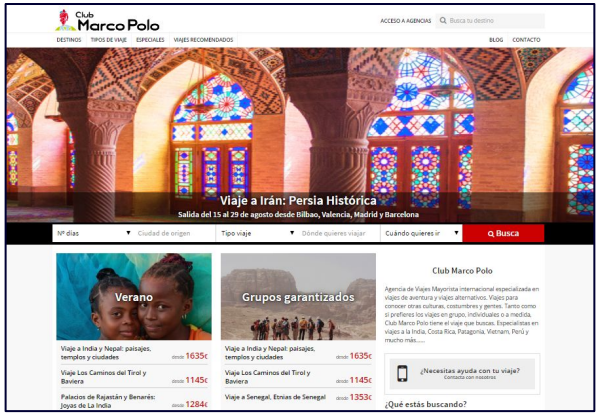
Contamos con una exclusiva línea de **viajes para clientes muy especiales**.

Ofrecemos **un servicio de viajes Premium**. Pueden beneficiarse de ellos todos los clientes con 60 o más años que tengan domiciliada su pensión en Kutxabank

Estos viajes, con un precio final donde está **todo incluido**, cuentan con los servicios de mayor calidad.

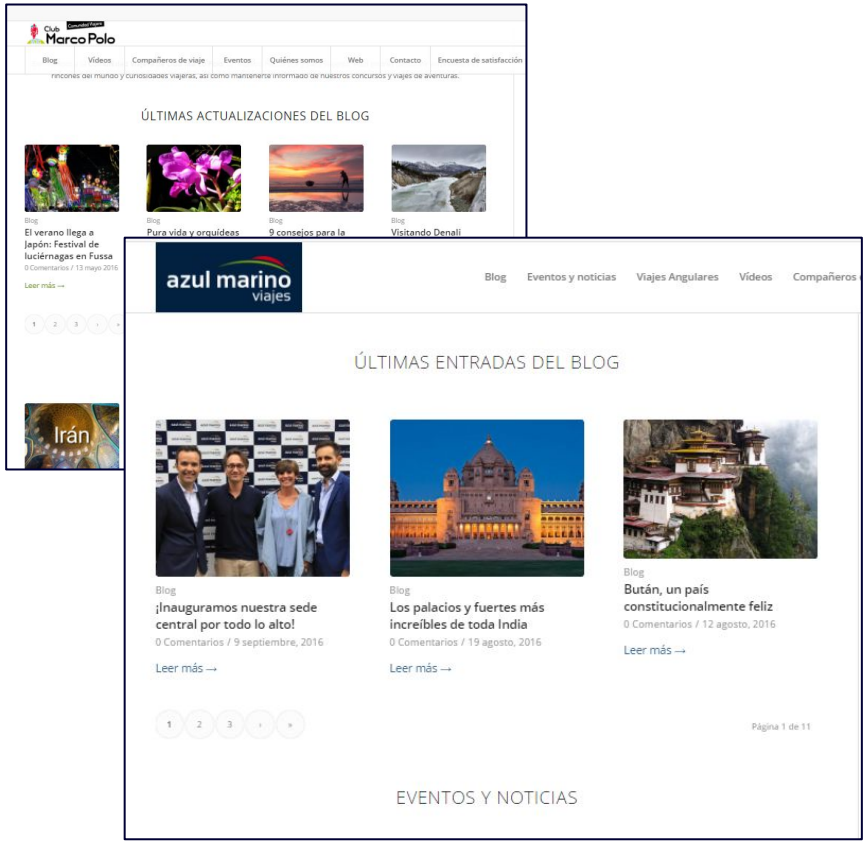

grupo am
azul marino viajes
Club Marco Polo
Nervión travel
MATX CRUCEROS





A través de las diferentes páginas webs de las que dispone Grupo AM, se muestran **todos los viajes** que están en activo y que se pueden reservar en todas las oficinas. Así pues, el departamento de **Marketing y Comunicación se encarga de tener actualizadas las páginas webs.**

Las páginas webs permiten la **reserva directa** de los viajes de una forma rápida y sencilla. Además, las reservas se finalizan en persona y desde central se deriva a la oficina correspondiente según de dónde sea el cliente para que se pueda concluir la venta ofreciendo un **trato personalizado de la mano de un especialista y computar a la oficina correspondiente.** Disponemos de **chat** online donde se contesta a los usuarios de forma instantánea en horario de oficina.



Se publica de manera semanal contenido de valor para los lectores:

- Es un espacio en el que se ofrece un contenido diferente que representa la esencia de Grupo AM: **publicaciones diferentes** en las que los expertos del grupo hablan sobre temas en los que tienen vasta experiencia y generan interés para los lectores.
- El blog permite posicionarnos como **referente en el sector.**
- A través del blog, las **personas que trabajan detrás del grupo, cobran protagonismo.**
- También permite ser un **nexo de conexión entre viajeros** al haber una sección de "se busca compañeros" que Grupo AM gestiona.
- En los blogs se publican los **eventos** que Grupo AM organiza o en los que participa para dar una mayor visibilidad e incrementar la audiencia.

NEWSLETTER

Cada una de las marcas de Grupo AM cuenta con una base de datos propia que se ha ido generando con los años a través de diferentes vías.

Más de 70.000 personas que confían en el Grupo y que están interesadas en los diferentes servicios que genera. Cada semana se envía una newsletter segmentada según necesidades en la que se incluyen viajes e información de interés para los usuarios, como pueden ser eventos en los que participamos.

REDES SOCIALES

Las diferentes marcas de Grupo AM son muy activas en las diferentes redes sociales.

Todas las publicaciones realizadas generan una gran interacción debido a la **vinculación** que los usuarios tienen con la marca por lo que el **alcance orgánico** se multiplica, llegando a usuarios que no nos conocían.

Además de toda la presencia online y offline ya mencionada, desde Grupo AM se genera contenido propio en formato vídeo lo que nos y está teniendo una **gran repercusión** al ser la única marca del sector que está generando tanto **volumen de vídeos de calidad** producidos internamente.

Gracias por tu atención