

VIAJE SEGURO

Fincolombia descubrió que en el negocio de alquiler de casas y fincas es posible diferenciarse. Es la única empresa del país que ofrece a los viajeros un video del lugar adonde irán, garantizándoles que si hay alguna diferencia entre el video y la realidad, les devolverá el dinero.

Como productor de cine, Mauricio Cadena tenía que buscar locaciones para sus videos en todo el país y normalmente tenía el mismo problema. “Uno ve fotos buenísimas de los lugares y con base en ellas decide en dónde va a trabajar. Sin embargo, tan pronto llega, encuentra todo lo contrario: fincas con las piscinas verdes, el pasto sin cortar, camas que parecen hamacas de lo dobladas que están y cocinas desastrosas, solo por poner algunos ejemplos”, explica. Tras esta experiencia, Cadena decidió juntar todos sus conocimientos y habilidades de la producción de cine con su pasión por viajar por Colombia. Realizó las investigaciones necesarias del mercado y se lanzó al agua. Así, nació Fincolombia, una empresa que garantiza calidad y servicio en el alquiler de fincas y casas en diferentes lugares de Colombia.

El factor diferenciador de Fincolombia es que ofrece un video del lugar para que el viajero vea la realidad de la finca que quiere alquilar, y además le da una guía completa de los lugares que puede visitar desde que sale de su casa hasta que llega a su destino, como restaurantes, sitios de interés, lugares para realizar deportes extremos, etc. Hoy, Fincolombia tiene más de 60 fincas y casas para ofrecer en más de 30 destinos de Colombia, como Providencia, Cartagena, los Llanos, Barichara y el Amazonas.



LOS VIDEOS

Antes de que una finca haga parte del portafolio de Fincolombia, Cadena viaja a conocerla, se asegura de que el lugar es conveniente y aconseja —si es necesario— cambios o arreglos que no sean muy costosos. Cuando los cambios están listos, realiza el video en formato de cine. “El único costo del video en que incurren los propietarios de la finca es mi alojamiento y mi alimentación. El resto corre por cuenta de Fincolombia”, asegura Cadena. El video muestra cada lugar en forma real y sin ocultar nada. Sin embar-

go, como estrategia de la empresa, siempre se deja sin filmar algún sitio que impresione al cliente positivamente. “Escondemos algo, de manera que cuando el viajero llegue nos llame y diga, ‘Mauro, es mucho mejor de lo que se veía en el video’”, relata Cadena.

Los videos aseguran calidad y son la principal herramienta para que los viajeros vuelvan a viajar con Fincolombia, pues la empresa garantiza que devuelve la totalidad del dinero si el lugar no está igual a lo que se mostró en el video.

Gracias a este proyecto, Cadena ya obtuvo la certificación nacional de turismo en el país y atiende viajeros tan queridos como el actor Diego Trujillo. “Cada vez que quiero una finca en algún lugar extraño de Colombia contacto a Mauricio, seguro que me va a dar excelentes opciones y que lo que vea en el video es exactamente lo que es. Además, valoro mucho que me consiga un buen lugar a la velocidad del rayo, pues normalmente decido viajar sobre el tiempo”, explica Trujillo.

EL SERVICIO

En Fincolombia, Cadena se encarga de diseñar las mejores opciones de acuerdo con las expectativas, deseos y presupuesto del viajero. “Como a mí me encanta cocinar, muchas veces les ofrezco algo para comer mientras ellos deciden entre las opciones presentadas. Quiero que se sientan como en la casa de un amigo y por eso, mi trato es muy descomplicado



El llano.

MAURICIO CADENA, GERENTE DE FINCOLOMBIA. “En el video siempre dejamos algo impactante sin mostrar, de manera que cuando el viajero llegue, nos llame y diga, ‘Mauro, es mucho mejor de lo que se veía en el video’”.

y muy sincero”, sostiene. Una vez escogida la finca, Cadena diseña una guía de viaje, en la que le cuenta al viajero las opciones que puede encontrar tanto en la carretera como en la zona donde permanecerá. Para ello, ha visitado cada restaurante de la vía, conoce cada ruta y ha practicado cada deporte que ofrecen en la región. “La idea no es armar un plan turístico en el que el viajero tiene que hacer lo que se le dice, sino todo lo contrario. Con base en el perfil y las preferencias de cada uno, le puedo recomendar lo que puede hacer en sus días de vacaciones”, dice Cadena.

Para Gilberto Ramírez, director de posgrados de derecho de la Universidad Católica de Colombia, “es impresionante la atención que uno recibe en cada finca. Lo tratan con cariño, amabilidad y lo hacen

Fincolombia tiene más de 30 destinos en Colombia, como Providencia, Cartagena, los Llanos, Barichara y el Amazonas.

La estrategia de crecimiento de Fincolombia ha sido el voz a voz, que le permitió posicionarse en el mercado en menos de nueve meses. “La mayoría de mis viajeros repite y eso es lo que me asegura que estamos haciendo las cosas bien”, cuenta Cadena.

sentir como si fuera el dueño de la finca”.

Otra fase del servicio es que Cadena conoce la fecha de viaje de cada grupo y por eso, normalmente, los viernes tiene al lado del computador una lista de sus viajeros para ese día y va chequeando la llegada de cada uno, asegurándose de que encontraron el camino correcto y de que al llegar todo está en perfectas condiciones. Además, si hay algún inconveniente durante el viaje, podrán llamarlo para que solucione el inconveniente.

EL RETO

Este emprendedor está consciente de que uno de los sectores de mayor crecimiento en el mundo es el turismo y por eso afirma que Colombia no se puede quedar atrás en el tema. Actualmente, de sus viajeros el 90% corresponde a colombianos, pero se sorprende de que los pocos extranjeros que tiene se enamoren del país y busquen la manera de volver e incluso recomiendan el lugar a sus familiares y amigos.

La meta para Fincolombia es ser en 2015 la empresa número uno en alquiler de casas y fincas en Colombia y tener un canal de televisión que les permita mostrar la verdadera Colombia.

Cadena tiene claro que en el mercado no hay ninguna empresa que arriende casas con la ayuda de videos en formato de cine y también reconoce que es muy costoso hacerlo; sin embargo, está abierto a la competencia y está consciente de que esto lo hará trabajar mucho más duro y ser cada día mejor. Por el momento seguirá trabajando para consentir a sus viajeros y vender a Colombia como el mejor país del mundo. □