

El eslabón perdido de la industria turística se llama Kolaboo

"Se está fraguando un nuevo mercado global online y tenemos la oportunidad de ser la empresa que lo domine". Así hablan los fundadores de Kolaboo. David Rebollo (CEO) y Emilio Gómez (COO), son dos ingenieros industriales que están trayendo al mundo de las visitas turísticas una ola de cambio arrollador como el que durante la década pasada transformó las industrias de los vuelos y de los hoteles

"Antes para comprar un billete de avión te desplazabas a la agencia de viajes, que lo compraba por tí y cobraba una comisión. Hoy vas a una página como Skyscanner y lo buscas tú mismo. Lo mismo pasa con los hoteles: la industria entera está a tu disposición en pocos clicks". Y señalan, con razón, que eso mismo empieza a pasar con la industria de las actividades turísticas (excursiones, visitas guiadas, etc.), que está creciendo mucho en Internet, pero de forma desordenada y dispersa. Es ahí donde entra Kolaboo, el comparador de actividades turísticas que está consolidando toda la oferta disponible en los destinos turísticos del mundo entero para que los usuarios puedan encontrar la mejor opción al mejor precio en pocos clicks.

"Supón que acabas de llegar a París y quieres acceder a las mejores condiciones ofrecidas para visitar el Louvre. Con Kolaboo puedes ver todos los tipos de entradas disponibles. Incluyendo entradas nocturnas o aquellas con acceso a otras atracciones como la Torre Eiffel o un crucero por el Sena, en el caso del Louvre podrías elegir entre multitud de opciones." explica Emilio. "No haces colas, no tienes que hacer búsquedas en múltiples webs para comprar entradas a varios lugares de interés, no tienes que usar un idioma que no sea el tuyo y siempre tienes disponible el mejor precio". Y sentencia: "somos el Trivago del turismo".

Kolaboo recopila precios e información sobre los tours, entradas a atracciones, y actividades turísticas disponibles en ciudades del mundo entero, de modo que sea fácil y rápido para el viajero encontrar la opción que más le conviene para todo lo que puede hacer en su destino. Además, "el servicio no sólo es extremadamente conveniente para el usuario sino que también es completamente gratis", ya que cobran una comisión a las webs que aparecen en Kolaboo por cada venta que se origina desde su web. No obstante, los dos fundadores aspiran a capturar el completo de experiencias que comporta el hacer visitas turísticas: visitas guiadas, entradas a monumentos y excursiones más típicas como visitar el desierto desde Marrakech, turismo gastronómico, traslados desde el aeropuerto e incluso talleres de artesanía o de cocina.

"La gran diversidad de experiencias y la enorme cantidad de proveedores que hay en la industria de las actividades y el turismo son la razón principal del por qué los viajeros están viendo una gran opción en usar Kolaboo", explica David. Kolaboo aplica técnicas de procesamiento del lenguaje natural para organizar, estructurar y comparar toda esa información, de modo que sea fácil para los usuarios encontrar lo que necesitan. Kolaboo cuenta también con un potente sistema interno de gestión automatizada que permite una escalabilidad extrema del negocio.

“Nuestra misión es ayudar a los viajeros a encontrar la mejor opción, la venda quien la venda. En el momento en que los usuarios realizan su elección les redirigimos a la página del proveedor, donde finalizan la compra. A partir de ahí la relación es con el proveedor. Esto supone, sumado al alto grado de automatización de nuestro sistema, que seamos tan escalables”. Semejante potencial de crecimiento operativo está en línea con el potencial del mercado. Se trata de una industria, la de la venta de actividades online, de 18.000 millones, cuyo crecimiento actual se estima en más del 100% en los últimos 4 años.

Según explica Emilio, constantemente les contactan proveedores de experiencias turísticas de todas partes del mundo para solicitar ser incluidos en la base de datos de Kolaboo, un síntoma claro de que “la industria se desplaza hacia la distribución digital”, aunque no el único. “Vemos cómo cada vez es más rápido el ritmo al que cerramos acuerdos con socios que nos abren la puerta a grandes porciones del mercado de países clave como EEUU. Es evidente que el sector de actividades está creciendo a un ritmo muy grande y que todos los actores quieren estar en él, para lo cual muchos ven a Kolaboo como un potente aliado.”.

No es de extrañar. Parte del aliciente de Kolaboo es que ayuda a proteger al consumidor frente a proveedores de experiencias sin escrúpulos, y lo explican con un caso concreto: “Hay tours por el Machu Picchu que se venden a 800 euros por determinados proveedores, cuando el mismo tour se puede encontrar en otros por 300. Los márgenes abusivos que muchos proveedores meten a costa de los viajeros son fácilmente detectables con Kolaboo”. Otras ventajas que ofrece son un servicio gratuito que, tras responder a cuatro preguntas, genera un plan de visitas hecho a medida; múltiples categorías entre las que filtrar el tipo de experiencia que se busca y un blog de viajes muy valorado por los usuarios.

Actualmente David y Emilio trabajan con la plataforma de inversión Adventureros, en una ronda de 150.000€ que servirá para mejorar el producto, integrar más proveedores y aumentar ventas de manera orgánica. Es de esperar, tal como es este dúo de ingenieros que, tras ejecutar el plan que han trazado para 2019, añadan premios y menciones a su lista: ganaron el premio Startup Madrid_10 en 2017; en 2018 entraron en la aceleradora Lanzadera y; fueron finalistas en South Summit, B-Venture y SeedRocket.

Dicen que los ingenieros juegan con ventaja en el mundo emprendedor, que al unir la capacidad técnica y organizativa con una fantástica habilidad para resolver problemas lo tienen más fácil, y que en EEUU la mitad de los emprendedores son ingenieros. Hablando con estos chicos, que no tienen miedo de enfrentarse a dragones porque saben luchar con espada, se diría que el mito es cierto.

La información de la ronda de Kolaboo se encuentra publicada aquí permitiendo a los interesados profundizar en los detalles y reservar online su inversión.

Datos de contacto:

Guillermo Prieto

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Viaje Marketing Turismo Emprendedores E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>