

sóloagentes

Edición Enero 2023

MAGAZINE PARA AGENTES DE VIAJES



**Curso
Optimiza**
Formación para
Agentes de Viajes.

Todas las
novedades de
Dit Gestión.

¿Qué destinos vender los próximos meses?



04. María Domínguez

Nos habla de las últimas promociones que MeliáPro a sacado al mercado y de la fantástica oferta hotelera que Meliá tiene en Londres.



32. Lander Arriaga - Dit Gestión

Nos habla del pasado, presente y futuro de este grupo de gestión, que se ha convertido en un referente.



30 Material Gráfico para San Valentín 2023

Descarga y personaliza todo el material que hemos preparado para ayudarte en la venta de esta fecha.

Contenidos Enero 2023



**Pulsa aquí para descargar
el e-Magazine.**

Travelplan Jolidey:

12. Pura Sevilla

Nos ofrece sus recomendaciones de venta para temporada baja y nos desvela la amplia programación que han preparado para este verano.



sóloagentes
e-MAGAZINE PARA AGENTES DE VIAJES



Titulares de las **noticias más destacadas** para el sector de las Agencias de Viajes.



08. Special Tours

Entrevista con Adrián Garzón, Brand Manager de Special Tours.



24. Welcomebeds.com

Entrevista con Rafael Muñoz, Dtor. Comercial España y Portugal.



26. Cesar Herrero

Entrevista con el director de Fuerza de Ventas Tour Operación Ávoris.



28. Mapa Tours

Entrevista con Alberto Díaz, Director General de Mapa Tours.



20. Entrevista con Fernando Pacheco

Claves para incrementar la venta de cruceros durante la temporada baja y avance de toda la programación de verano en España.

Formación para Agentes de Viajes



34. Tema 10

«Curso Optimiza»
La importancia de poner el foco



39. Tema 11

«Curso Optimiza»
Hackea tu mente



e-Magazine
**interactivo, pulsa en los
links** para navegar y ver
contenido audiovisual.

sóloagentes
e-MAGAZINE PARA AGENTES DE VIAJES

MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL
MELIÁ pro



María Domínguez

Cluster Senior Sales Manager at Meliá UK South

De la mano de María Domínguez, conoceremos la **última oferta lanzada por MeliáPro a Londres**, así como los establecimientos que la compañía dispone en Gran Bretaña, tanto para la **venta vacacional como Business y MICE**.

Coincidiendo con el lanzamiento que MeliáPro ha realizado de su nueva promoción a Londres, entrevistamos a María Domínguez de hoteles Meliá, que nos hablará sobre esta promoción y los establecimientos que la cadena dispone en Londres.

Cuéntanos María, ¿En qué consiste la promoción que Meliá ha puesto hoy a la venta?

Ahora mismo tenemos una promoción con Meliá Pro, que es el destino del mes, que es Londres y tenemos hasta un 35% de descuento para el cliente final y un 14% de comisión para las agencias para viajes, hasta el final de mayo de este año.

Y dinos María, ¿Qué hoteles dispone actualmente Meliá en Londres?

En Londres tenemos tres hoteles, Meliá White House, Kensington y Me London, que es nuestro hotel de cinco estrellas lifestyle de lujo.

¿Nos podrías contar algo más, acerca del Meliá White House y la reforma que se le ha realizado?

El Meliá White House está al lado de Regents Park, con muy buenas conexiones, tanto con estaciones de tren, como con conexiones de metro para toda la ciudad e incluso tenemos muy cerca St. Pancras, que nos conecta directamente con París y así podemos hacer un viaje entre dos capitales.

El hotel tiene 581 habitaciones y 112 apartamentos, 9 salas de reuniones con capacidad de hasta 180 en teatro y está toda la parte del hotel totalmente renovada, acabamos la reforma el año pasado.

También tenemos las zonas de Level, es más, dentro de los hoteles urbanos es el hotel con la zona más grande.

Son más de 400 metros cuadrados de zonas de Level, incluyendo una terraza exterior para poder disfrutar del aire libre cuando el tiempo acompaña, claro.

Está reforma del Meliá White House, la empezamos en 2018 y la parte de House, zonas de restauración, las salas todas, acabamos en 2022.

EL Meliá White House tiene un estilo muy mediterráneo, pero muy urbano también, muy contemporáneo y luego por otra parte la zona de Level, nos teletransporta directamente al mediterráneo claramente.

Es una zona que está hecha para disfrutar, para venir aquí a Londres y bueno si hay un día un poco nublado, como tenemos hoy, pues

dejar ese día nublado fuera y poder disfrutar de una copita de cava dentro del hotel, en una zona muy exclusiva y como digo, son unos tonos azules y anaranjados, que te transportan totalmente, a mí, a las balears, a nuestro origen.

María ¿y que no puedes contar acerca del Hotel Kensington?

Es el último hotel que añadimos aquí a nuestra familia dentro de Londres.

Es un hotel de 76 habitaciones y suites y también hicimos una reforma integral del Hotel.

Es más, ahora mismo estoy en la sala Apple Room, que es una de nuestras salas de reuniones, aquí en Meliá London Kensington y tiene unos detalles fantásticos, con la conexión con la naturaleza y con un diseñador muy importante de aquí de Londres, bueno de Inglaterra, que se llama William Morris y que realmente decoró con sus papeles pintados durante la época victoriana, que es de la época de este edificio que tenemos en este Boutique Hotel, la mayoría de edificios victorianos, están decorados con sus papeles pintados.

Así que queríamos traer esa inspiración a nuestro nuevo hotel, a nuestro nuevo Meliá.

Así que mezclamos un poquito los toques más mediterráneos, con esos suelos de madera, un hotel más cálido, con todo lo British, que nos trae William Morris.

María y sobre el ME London, ¿Qué destacarías?

Es un hotel con una gran conexión con la moda y el arte y está localizado en Covent Garden,

también llamado theaterland, por los musicales que tenemos alrededor.

Es un hotel en el que tenemos 7 salas de reuniones, que llamamos los estudios, junto con la mini Suite y en total podemos acumular hasta 130 personas en teatro y luego tenemos una de las terrazas, por no decir la terraza más icónica de todo Londres, que es The Rooftop, en la cual podemos hacer comidas hasta 50 personas o si tenemos alguna recepción o un cóctel de bienvenida, también los clientes pueden disfrutar de esas vistas tan bonitas al Támesis, a la catedral de St. Paul, que tenemos desde

Ahora mismo tenemos una promoción con Meliá Pro, que es el destino del mes, para **Londres** y tenemos hasta un **35% de descuento para el cliente final y un 14% de comisión para las agencias** para viajes, hasta final de mayo de este año.

allí y luego para presentaciones de producto, a lo mejor un poco más pequeñas, si no quieren hacerlo en los estudios, aunque los estudios que son totalmente panelables, hemos hecho presentaciones de coches, las empresas pueden completamente coger los estudios y el mirror y hacer lo que quieran con ellos, con la marca. Hacerlo muy suyo, es para lo que lo que están hechos y la verdad es que tienen muchísimo éxito.

Pero si tenemos una presentación de producto un poco más pequeña y mucho más exclusiva, también

tenemos una suite que es la MESuite que está arriba del todo, junto al Rooftop y desde esa Suite, también podemos hacer presentaciones de producto muy exclusivas.

Y por último María ¿Qué otros hoteles dispone Meliá en Reino Unido?

En el norte tenemos tres hoteles de momento.

Los hoteles que tenemos son Ininside Manchester, Newcastle y Liverpool.

Es más, Manchester fue el primer Ininside que vino aquí a Inglaterra, a Gran Bretaña.

Pero bueno, pronto no podremos decir Inglaterra, porque nuestro siguiente hotel que va a venir a nuestra familia aquí en Inglaterra, va a ser el Ininside Glasgow.

Todos los Ininside son hoteles fantásticos, muy modernos muy contemporáneos y están exclusivamente diseñados, como hoteles para que las personas puedan estar muy conectados con la parte MICE, con la parte de eventos y con el business.

Ininside Manchester es un hotel que está localizado en First Street.

Es un Distrito que se construyó a la par que el hotel. Más o menos hace unos nueve años y está a 10 minutos de la estación del tren, que conecta directamente con Londres en poco más de una hora.

Y una cosa muy importante de este hotel, es que está situada al lado del centro de convenciones.

Además tiene un bar y una terraza exterior totalmente reformados con muchísimo éxito en la ciudad.



El Ininside Newcastle, lo inauguramos hace 18 meses escasamente, es un hotel fantástico es un poquito más pequeño que el Ininside Manchester y está literalmente en el Paseo del River Time, que os podéis imaginar, que es una de las localizaciones más envidiables dentro de la ciudad y además tiene unas vistas fantásticas.

Ese río es histórico y es muy conocido, por los cinco puentes que lo cortan y desde el Ininside Newcastle, podemos ver esos cinco puentes.

Un 70% de las habitaciones tienen vistas al río, así que es fantástico.

Podemos tener hasta 200 personas en teatro en nuestras salas y una cosa también de todos los Ininside nuestros del Norte, es que tienen la sala Big Ideas y esta sala, es una sala de brainstorming, muy Funky, muy... para dejar volar esa creatividad y llegar a esas Big Ideas tan necesarias muchas veces.

Ininside Liverpool, es nuestro hotel más reciente. Es más, su primer cumpleaños fue en septiembre de este año.

Está en la zona centro. La zona neurálgica de Liverpool, en la parte más comercial y el distrito más business.

Es un hotel también muy cercano a los estadios de fútbol, así que también a los que les guste el fútbol, también lo tenemos muy cerquita y bueno una de las cosas por las que es más conocido este hotel, es por el restaurante, Gino D'Acampo que comparte marca con el Ininside Newcastle también.

Son muy populares, porque los dos tienen una terraza, pero esta en particular. está en el piso 18 del edificio, con lo cual tiene unas vistas a todo Liverpool 360° fantástico, es más, el nombre es Sky Bar 360°, por esas vistas que son espectaculares.

Además, he de decir que el estilo de los nuevos Ininside, que tenemos y que también vendrá en un futuro, es un estilo muy mediterráneo con los suelos de madera, incluso al entrar en las habitaciones, es todo como muy fresco y muy natural y es ese nuevo estilo de los Ininside, que hemos traído y que estamos inaugurando, aquí en Gran Bretaña con nuestros últimos hoteles.

Muchísimas gracias por tu tiempo María y por toda la información que nos has aportado.

Ha sido un placer.

Muchísimas gracias.



MELIÁ

Destino del mes
LONDON

PARA TU CLIENTE

HASTA
-35%

PARA TI

COMISIÓN ADICIONAL

Reserva ahora y disfruta de beneficios exclusivos

Consigue una **comisión extra** en **Meliá PRO** para reservas desde el 23 de enero hasta el 12 de febrero del 2023

-Booking Window: desde el 23 de enero, hasta 12 de febrero.

-Travel Window: desde el 23 de enero hasta 31 de mayo.

-BOD: desde el 20 hasta el 23 de enero de 2023 y desde el 5 al 6 de mayo.

Hoteles participantes: **Meliá London Kensington, ME London and Meliá White House + Level**

-Comisión extra por tiempo limitado.

-Oferta exclusiva para agencias de viaje.



Adrián Garzón

Brand Manager | Responsable comercial
para España en Special Tours.

Special Tours

Nos cuenta en esta entrevista de la mano de Adrián Garzón, los **productos recomendados para vender en estos próximos meses** y nos adelantan también, toda la amplia programación que han preparado para este verano.

Adrián, un placer tenerte aquí y gracias por aceptar la invitación para esta entrevista.

Muchísimas gracias a vosotros. Es un placer estar aquí representando a Special Tours y muy agradecido por la entrevista.

Adrián, nos gustaría que nos recomendases qué productos pueden ser más interesantes, para obtener ventas durante estos meses, hasta que llegue el tan ansiado verano.

En primer lugar, me gustaría indicaros que como ya sabéis, disponemos de un gran porfolio de producto para toda Europa y que ya hemos terminado de cargarlo en nuestra web, por lo que ahora mismo, disponemos prácticamente de todo el producto ya cargado y disponible para los agentes de viajes.

Con respecto a qué productos de nuestra programación podría recomendar para la venta a los agentes de viajes, ahora que cada vez está más cerca la primavera y que la gente está deseando viajar, yo por ejemplo recomendaría los circuitos por Italia.

Estos circuitos a final, mezclan un poco todo lo que son los lugares regionales: Tenemos los Toscanas, tenemos toda la zona sur de Italia y tenemos al final una gran variedad de productos en esa región, que todo el mundo dice que ha conocido, pero todo el mundo está deseando volver a Italia.

A nivel personal, a mí me atrae mucho todo lo que es norte de Europa, toda la zona de Reino Unido y la zona de Irlanda.

Para todos esos clientes que piensa que los circuitos son siempre muchos kilómetros y mucho tiempo en el autobús, yo recomendaría hacer quizás un Países Bajos con Bélgica.

Combinar esas dos grandes ciudades de Bruselas y Ámsterdam, con las diferentes poblaciones como Amberes o Brujas.

Es un gran circuito, en el que se hacen pocos kilómetros y en el que se puede disfrutar y gozar y sobre todo de esa zona de Europa de Norte, que como decía a mí me encanta y me apasiona.

Anotamos las sugerencias de seguro Adrián. Nos gustaría si es posible, que nos pudieses dar un pequeño adelanto de vuestra programación de verano.

Por supuesto, como ya comentaba, tenemos prácticamente todo el producto cargado.

Va a ser una programación en la que vamos a juntar muchos tipos de itinerario.

Vamos a tener una amalgama de productos, que van a ir desde esos Encantos, que es así como los hemos bautizado y que son circuitos súper regionales por Europa, con hoteles boutiques.

Son circuitos que no aparecen en demasiados catálogos, muchos de ellos son realmente únicos para nosotros.

Regiones como Cornualles o Transilvania, todos estos pequeños circuitos regionales por estos países, los vais a encontrar en esa categoría de "Encantos".

También por supuesto tendremos los clásicos. En esa categoría, tenemos una gran cantidad de producto, itinerarios por toda Europa, con una gran variedad de hoteles, de servicios de comidas, excursiones incluidas, etc...

Pero sin duda si tuviera que poner el foco en una tipología de producto, es que vamos a poner a disposición de las agencias muchos vuelos charter, con diferentes puntos de salida, desde casi todas las provincias de España.

Estos destinos son tan variados como Escocia, Irlanda, Croacia, Centroeuropa, Escandinavia y es que vamos a tener una súper programación, para todos esos países de Europa con vuelos regionales.

Vamos a tener puntos de salida desde casi todos los puntos de la geografía española, para que los clientes puedan viajar desde su provincia, sin tener que desplazarse hasta Madrid.

Creo que esto es un valor añadido muy importante y que tenemos que saber promocionar, para hacerle llegar la información al cliente final.

Además de los productos Encantos y Selección, también vamos a disponer de un **producto Senior, para aquellos clientes mayores de 55 años** y todos esos vuelos chárter y regionales que os mencionaba.

En definitiva, una programación muy completa de Europa para este año 2023 como podéis comprobar.

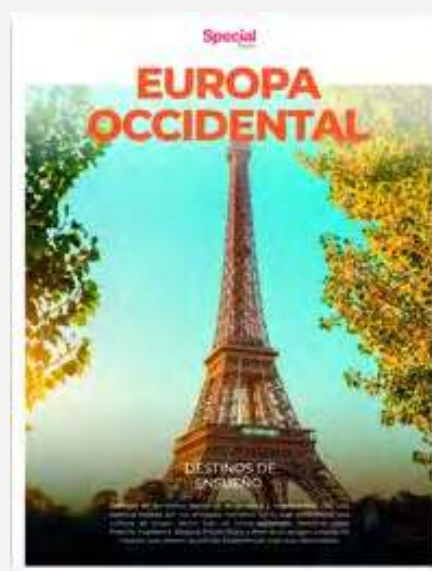
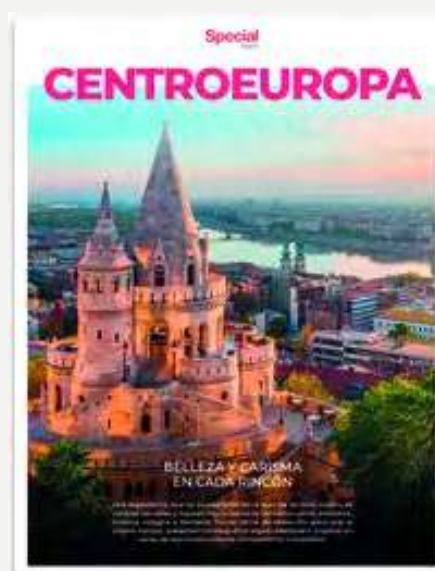
Muchísimas gracias por toda la información que nos has aportado Adrián.

Muchas gracias a soloagentes por darnos la oportunidad de hacer llegar todas las novedades de nuestro producto a los agentes.

La opinión de nuestros clientes, es nuestra razón de ser



Special
tours



Special
tours

ESCOCIA

circuitos

AMPLIO ABANICO
DE PROGRAMAS

VUELOS DIRECTOS
DESDE UN SINFÍN DE CIUDADES
DE LA PENÍNSULA

SALIDAS
GARANTIZADAS



Consulta la programación de salidas especiales
specialtours.es

Pura Sevilla

Brand Manager | Travelplan y Jolidey

Pura hace un repaso a toda la programación que podemos *vender estos meses de invierno* y nos cuenta *las novedades* para este verano.

Muy buenos días Pura, es un placer tenerte aquí.

Muy buenos días, Igualmente un gran placer estar con vosotros.

Pura, para estos próximos meses de venta, hasta que llegue el tan ansiado verano, ¿qué productos nos recomendarías potenciar para poder elevar las ventas en nuestras agencias?

Durante estos meses y hasta Abril, seguimos defendiendo a tope el producto de las Islas, sobre todo Canarias.

También estamos manteniendo la operación a Caribe, con vuelos a Punta Cana, Cancún y Cuba.

Además, en Cuba hemos incorporado recientemente una nueva ruta, además de La Habana, a Santiago de Cuba.

También desde el verano seguimos operando, ahora en invierno, uno de los destinos estrella del 2022, como es

Egipto. Tenemos operaciones todos los lunes y sábados desde Madrid desde Barcelona y también salidas desde diferentes ciudades españolas.

Por tanto, ahora mismo hasta Semana Santa, tenemos la opción de seguir vendiendo todos estos destinos.

Fantástico Pura, hablemos también por favor de la temporada de verano. ¿Qué operaciones tenéis previstas y qué novedades nos puedes adelantar?

El verano viene con una programación espectacular, tanto desde Jolidey como desde Travelplan.

Hemos apostado por nuevas operaciones evidentemente, pero siempre me gusta nombrar la parte de Islas, porque en la marca Travelplan es un producto fundamental.

Como cada verano, tendremos operaciones por toda España, con salidas a Baleares y Canarias. En el medio radio, vamos a continuar con la operación de Egipto, además dimensionada con todavía más salidas desde provincias además de Madrid y Barcelona.

Tenemos una gran novedad, que además arrancamos este mes de marzo, va a ser Jordania. Hemos apostado por una operación muy importante con avión de Iberjet, este no solo operará desde Madrid, también vamos a abrir a todas



Travelplan

VUELOS DIRECTOS

Salidas los viernes desde distintos orígenes

las ciudades de España y la gran novedad de este avión, es que una semana entrará por la capital, Amán y saldrá por Aqaba en el sur y a la siguiente semana, tendremos una salida que entrará por Aqaba y saldrá por Amán.

Esta operación va desde marzo a diciembre 2023 y ya está a la venta. Tenemos muchísima esperanza en este nuevo destino, que no es Egipto, pero también es un gran país.

Por otro lado, se han previsto operaciones desde Madrid empezaremos en junio a Madeira, Funchal y a Boavista, esto es Cabo Verde.

Vamos a tener avión a Monastir en Túnez, vamos a tener un avión a Burgas (Bulgaria) en el mar Negro, donde ahí hay una zona especial muy de sol, playa y diversión que es una zona conocida como Sunny Beach y ahí desde junio a septiembre, vamos a tener esta operación.

Además en la parte de largo radio,

en la parte de Caribe, vamos a tener prácticamente en temporada alta, 6 operaciones a Cancún desde Madrid, 5 a Punta Cana, 4 a La Habana, más el avión a Santiago de Cuba y reforzamos de nuevo este año desde Barcelona también con nuestra compañía Iberjet a Cancún y Punta Cana, con una frecuencia a cada destino desde Barcelona.

Además recuperamos la operación a San José del Cabo, en Los Cabos Baja California, que ya iniciamos como novedad del año el año pasado. Operaremos también desde junio a septiembre.

Volvemos a recuperar la operación a Mauricio, también de junio a septiembre.

Seguimos con Costa Rica, donde vamos a tener cuatro frecuencias. Ahora mismo volamos 2 y en plena temporada están previstas 4 y os recomendamos que anticipéis las ventas de Costa Rica, porque es un destino que ha funcionado tan bien en la pandemia y tiene los recursos

que tiene, es un país pequeñito y luego hay zonas en parques naturales que obviamente se llenan, porque no tiene gran hotelería. Por tanto aquí recomiendo a ser posible, mucha anticipación.

Y esto es un poco en resumen a grandes rasgos, todo lo que viene por delante.

Capacidades increíbles, así que confiamos muchísimo en que el verano 2023, también sea el de la recuperación total y la verdad es que está apuntando así ya este inicio de año, con lo cual estamos muy contentos y esperanzados.

Muchísimas gracias por la información Pura y por todo ese producto que habéis puesto al abasto de las agencias.

Muchísimas gracias a vosotros.



Jolidey:

RIVIERA MAYA

► México

VUELO DIRECTO DESDE MADRID Y BARCELONA

A orillas del mar Caribe, la Riviera Maya es un destino mexicano muy atractivo y lleno de encanto. Las ruinas arqueológicas de los mayas, las playas paradisíacas tropicales de arena blanca y aguas cristalinas de color turquesa, restaurantes exquisitos y una animada vida nocturna harán del viaje a la Riviera Maya unas vacaciones únicas.

jolidey.com

iberojet

Jolidey:

sóloagentes

Actualidad para Agentes de Viajes

Edición enero 2023

Solo un 18% de las Agencias se ha adherido al Kit Digital.

Sólo un 18% de las agencias de viajes nacionales han solicitado el Kit Digital, el programa de ayudas financiado por fondos europeos "Next Generation EU", dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, para pequeñas empresas, microempresas y autónomos, según una encuesta realizada por el Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR) entre un marco poblacional de 5.000 agencias.

De acuerdo con esta misma encuesta, un 42% conoce este plan pero no ha hecho uso de estas subvenciones, mientras que un porcentaje parecido (41%) directamente asegura no conocerlo.

Preguntados si su agencia en concreto ha sido receptora de algún tipo de ayuda de forma directa o indirecta a través de estos fondos, abrumadoramente dicen que no (87%) y sólo un 14% afirma que sí.

Os recomendamos revisar el eMagazine especial que editamos hace unos meses, donde las más prestigiosas empresas tecnológicas vinculadas con el sector de las Agencias de Viajes, nos ofrecían y describían sus servicios.

Acceso a la información:
<https://www.soloagentes.com/emagazine-subvenciones-kit-digital-para-agencias-de-viajes/>



Ávoris y Amadeus refuerzan su colaboración ampliando su alianza estratégica.

Las empresas que trabajan con Ávoris podrán beneficiarse de las soluciones de Cytric by Amadeus.

Este es el aspecto más destacado de la extensión de la alianza estratégica que mantienen desde hace muchos años ambas marcas en materia de distribución, anunciada este lunes, y que ha supuesto la firma de un nuevo acuerdo plurianual.

Esta alianza amplía las áreas de negocio y colaboración de ambas empresas en materia de tecnología e innovación, incluyendo acceso a contenido vía NDC (New Distribution Capability), además del compromiso de implementar, acceder y usar nuevas soluciones de pago, así como una mayor oferta de contenido hotelero.

La integración de los contenidos de NDC en Amadeus Journey Platform mediante NDC-X permitirá a los agentes de viajes de Ávoris comprar, reservar, pagar y dar servicio a sus clientes con mayor facilidad y eficiencia, junto con otros contenidos de viajes. Además, NDC-X aún a todas las actividades de NDC de Amadeus, como proveedor de TI y como agregador. El objetivo de ambas empresas es reinventar y renovar los viajes, de una forma más personalizada e innovadora.

Así, Amadeus Worth Lodges permitirá a las agencias de viajes de Ávoris ampliar la selección de hoteles y acceder a tarifas prepago, lo que favorecerá una mayor oferta y una mejor adaptación a las necesidades del cliente.

Mercedes Tejero, gerente de CEAV, recibe el Premio Hermestur.

Mercedes Tejero, gerente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), recibió ayer, en el marco de Fitur, el Premio Hermestur, un galardón que convoca desde 2001 la Asociación Española de

Profesionales del Turismo (AEPT) con el fin de reconocer el esfuerzo asociativo, la profesionalidad y los valores humanos en el sector. El jurado del premio ha destacado que Mercedes Tejero "posee una excelente trayectoria profesional,

además de una destacada presencia y representación del asociacionismo profesional y empresarial de nuestro sector y en concreto de las agencias de viajes".



Ávoris ficha a Juan Benítez, para potenciar el negocio de Jolidey en Caribe.

Benítez cuenta con una sólida experiencia, desarrollada en las principales empresas del sector, tales como Soltour, Travelplan, Orizonia y el Grupo Barceló, entre otras.

Sus más de 30 años de experiencia le avalan como profesional, a la vez que acredita un amplio y profundo conocimiento de la industria, proveedores y producto y una contrastada capacidad para trabajar y coordinar equipos.

En palabras de Juan Carlos González, director general de Ávoris Corporación Empresarial, "la incorporación de Juan Benítez a esta línea de negocio va a aportar conocimiento y capacidad de respuesta a las demandas de las agencias de viaje en este segmento, ofreciéndoles alcanzar una mayor competitividad en el mercado", ha precisado.

Benítez dependerá directamente de Javier Castillo, director general de tuoperación de Ávoris, con quien diseñará e implementará la nueva estrategia de riesgos del área de tuoperación

Además, ha agregado que "Juan es un conocido profesional por todos los actores que conforman este segmento del mercado, su experiencia, profundo conocimiento del negocio de la tuoperación y las dotes de liderazgo, hacen que Benítez sea la persona más adecuada para esta nueva etapa que se abre en Ávoris".



Meliá y Rafa Nadal crean la cadena ZEL.

Tendrán 20 hoteles en cinco años.



La hotelera Meliá Hotels International y el tenista Rafa Nadal han presentado este jueves en Madrid, el nuevo proyecto hotelero ZEL, una nueva marca de hoteles vacacionales y de ocio urbano "con esencia mediterránea" que comenzará a operar el próximo año en verano de 2023 y cuyo objetivo es alcanzar más de 20 establecimientos en los próximos cinco años en los principales destinos del mundo de Europa, Oriente Medio, Asia y América.

El consejero delegado de Meliá, Gabriel Escarrer, y el propio Rafael Nadal, han presentado su nuevo proyecto en una "alianza mallorquina" que aspira a llevar la esencia mediterránea por todo el planeta.



La mayoría de los hoteles de la marca serán hoteles existentes que serán transformados (un 80%) y el 20% restante serán establecimientos de nueva construcción, aunque a medida que vaya creciendo el proyecto el objetivo es que las cifras se den la vuelta y el 80% de los establecimientos de la marca ZEL sean de nueva creación.

El tenista ha asegurado que "no se pone límites al crecimiento de la marca" y su exigencia de expansión será tan alta como su exigencia deportiva. "Confío en que este sea un proyecto de por vida, con la ilusión de crecer espero que progresivamente rápido.

CEAV presenta un manifiesto *contra* el decreto sobre las comunicaciones de las reservas en las agencias de viajes.

iryo se incorpora como nuevo partner a CEAV en la categoría bronce.

El acuerdo incluye la posible participación en workshops y eventos, formación, apoyo institucional y asesoramiento, entre otras cuestiones.



La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) e iryo han firmado un acuerdo mediante el cual la compañía se incorpora como partner de CEAV en la categoría bronce. Iryo es la primera compañía privada española de alta velocidad. Se trata de un consorcio formado por los accionistas de la aerolínea española líder de la aviación regional europea/española Air Nostrum, la compañía ferroviaria

Trenitalia, uno de los grandes líderes europeos del transporte por ferrocarril con amplia experiencia en operar rutas de Alta Velocidad y Globalvia, líderes mundiales en la gestión de concesiones de infraestructuras de transporte y servicios de movilidad. Este acuerdo entre ambas entidades incluye la posible participación de iryo en los workshops y eventos organizados por CEAV,

formación personalizada, apoyo institucional y asesoramiento sobre cuestiones específicas del ámbito turístico, entre otras colaboraciones. Para Carlos Garrido, "la incorporación de iryo es una muy buena noticia, ya que las agencias de viajes, como principales prescriptores de servicios de viaje, se ven beneficiadas por la llegada de la competencia en el sector ferroviaria.

Nombramientos y novedades en el sector turístico Español



Jorge Martín

La compañía Mapa Group Travel, inmersa en un profundo plan de reorganización del grupo durante 2023, ha anunciado el nombramiento de un nuevo director de Operaciones, Jorge Martín, quien durante 11 años ha liderado su propio tuoperador en Ecuador.



Juan Barjau

La mayorista 5 Estrellas Club ha anunciado el nombramiento de Juan Barjau como nuevo director de Estrategia y Desarrollo de Negocio, con el objetivo de consolidar su proyecto de reposicionamiento de la marca en el mercado emisor español.



Manu Molina

El grupo Nego arranca el año con novedades en cuanto a su personal con la incorporación a su equipo de Manu Molina como Director de Desarrollo de Negocio. Se trata de un profesional consolidado en el sector, con cerca de veinte años de experiencia.

Rodada a bordo de MSC World Europa, el barco más avanzado medioambientalmente de la flota de MSC Cruceros hasta la fecha.



Msc Cruceros desvela el "futuro de los cruceros", la nueva campaña de marca que muestra su compromiso a largo plazo con la sostenibilidad.

Tras haber mejorado la eficiencia de su flota en un 35% desde 2008, MSC Cruceros va por buen camino para alcanzar el objetivo de la OMI de reducir la intensidad de carbono de las emisiones en un 40% para 2030.

MSC Cruceros, una de las compañías de la división de cruceros del Grupo MSC, ha lanzado una nueva campaña de marca global titulada "Descubre el futuro de los cruceros", que se desplegará en más de 30 países a través de una campaña de marketing global multicanal que incluye TV, out of home, medios impresos, digitales y redes sociales. Con esta nueva campaña, MSC Cruceros mostrará cómo la sostenibilidad está presente en el corazón de sus actividades diarias y de su estrategia de crecimiento a largo plazo.

El leitmotiv de toda la campaña gira entorno a la siguiente pregunta: ¿cómo será el futuro de los cruceros? El audaz y distintivo concepto creativo trata sobre el compromiso de MSC Cruceros de ser el futuro de los cruceros, mostrando el rendimiento medioambiental de la flota con destellos de la vida a bordo, de una forma cálida, encantadora y atractiva. Desde las tecnologías sostenibles integradas en los barcos de la compañía, pasando por los espectáculos y el entretenimiento único, hasta los innovadores conceptos de restauración, MSC Cruceros está ampliando los límites de la experiencia vacacional en el mar.

El anuncio de televisión se rodó a bordo del primer barco de MSC Cruceros propulsado por GNL y el más avanzado hasta la fecha desde el punto de vista medioambiental, MSC World Europa, que entró en servicio a finales del año pasado. Al mismo tiempo que se centra en algunas de las tecnologías y soluciones medioambientales únicas de este nuevo barco, la campaña también demuestra el compromiso y el progreso en materia de sostenibilidad de la flota de 21 barcos de la compañía y de la división de cruceros del Grupo MSC. También es la primera campaña en la industria que se centra directamente en el compromiso de sostenibilidad de una compañía y lo convierte en el centro de su compromiso con los consumidores, agentes de viajes y otras partes interesadas de la sociedad en general.

Con más de 300 años de historia marítima, el Grupo MSC, de propiedad familiar, y su división de cruceros, han mantenido durante mucho tiempo una relación especial con nuestro planeta azul, y tienen un compromiso fundamental con la protección y preservación de los océanos y el medio ambiente en general. "Los cruceros son una de las mejores

opciones de vacaciones que se ofrecen a los consumidores hoy en día, pero muchos de nuestros clientes no se dan cuenta de que también tienen importantes aspectos de sostenibilidad. Llevamos mucho tiempo centrándonos en prácticas empresariales sostenibles y responsables con el medio ambiente, y en la protección de los pasajeros, los empleados y las comunidades en las que operamos.

Hoy más que nunca, compañías como MSC Cruceros reconocemos la importancia vital del medio ambiente y de un planeta sano y viable, y por eso creemos que es importante que asumamos un papel de liderazgo y hagamos de nuestros compromisos de sostenibilidad un elemento clave de nuestro discurso con los consumidores y la sociedad en general.

La sostenibilidad en MSC Cruceros es fundamental para el ADN de la compañía y la forma en que operamos como empresa", afirma Pierfrancesco Vago, presidente ejecutivo de la División de Cruceros del Grupo MSC.

Travelplan

LOS CABOS BAJA CALIFORNIA SUR



**UNA TIERRA MÁGICA
LLENA DE
CONTRASTES**



 **Vuelo directo desde Madrid**
Salidas los lunes a partir del 26 de junio

Situado en el extremo sur de la península de Baja California Sur, Los Cabos es uno de los destinos de lujo más importantes en México, con una amplia propuesta de resorts y hoteles de lujo, spas, campos de golf espectaculares, así como una variedad de actividades de eco-aventura, deportes acuáticos y pesca deportiva.

¡Ven a disfrutar la amplia oferta turística de este fantástico destino!



Fernando Pacheco



Director General en MSC Cruceros Spain

Fernando Pacheco, nos da las **claves para incrementar nuestras ventas de cruceros durante la temporada baja** y nos habla de la amplia oferta que MSC Cruceros, pone al abasto de las agencias de viajes españolas **para este verano**.

Buenos días Fernando, un placer. Cuéntanos, ¿Qué productos recomendarías a los agentes de viajes, para incrementar las ventas en estos meses de temporada baja?

Buenos días, el placer es mío. MSC Cruceros ofrece al agente de viajes muchas posibilidades para poder ofrecer a sus pasajeros hasta que llegue la Semana Santa.

Febrero y Marzo son meses en los que sacar pasajeros no es tan sencillo obviamente, como en otros meses de verano o Semana Santa.

Pero existen alternativas que son muy interesantes para poder ofrecer

a los pasajeros. MSC cruceros desde Puerto español ofrece varias opciones: por ejemplo cruceros de 7 noches saliendo de Barcelona, tenemos dos opciones una MSC Grandiosa, que sale de Barcelona todos los viernes y hace un itinerario tocando Roma con un muy buen barco y ofreciendo el puerto de Roma, que es muy demandado para todos los cruceristas.

En el caso del MSC Bellísima, salimos de Barcelona también los sábados.

Es un barco que también ofrece embarque en Palma de Mallorca y en este caso, en lugar de ofrecer el puerto de Roma, ofrece el puerto de Florencia, para visitar Florencia

y Pisa. Es un itinerario y un puerto muy demandado por los clientes, sobre todo primeros cruceristas.

Si salimos de las 7 noches y continuamos por Puerto español, también ofrecemos el MSC Lírica, con cruceros de 10 noches que salen de Barcelona, de Málaga y de Alicante.

En este caso, se van hasta el Atlántico, también hacen algo de Mediterráneo, pero se van hasta el Atlántico para ofrecer visitas en ciudades como Ceuta, Tanger o Casablanca. En definitiva, se ofrece una experiencia más africana que mediterránea, italiana o francesa.

Por otro lado, si nos vamos a la media y larga distancia, seguimos teniendo mucha programación en Caribe, con muchas opciones tanto de 7 noches como de 3 noches desde Miami o desde el puerto de Orlando.

En el Mar Rojo, el crucero vamos a decir novedad de este año y que ha permitido darnos una grata sorpresa, porque pensábamos que iban a ir muy bien las ventas, pero han ido especialmente bien, es un itinerario que lo hace el MSC Splendida de 7 noches.

El aeropuerto que utilizamos es el de Hurgada, disponemos de operativa chárter con vuelo directo desde Madrid, saliendo el domingo por la mañana.

En este crucero, el cliente va a poder visitar Jordania e ir a Petra, va a poder visitar Arabia Saudí y también El Cairo.

También disponemos de un vuelo con Qatar airways desde Madrid a Doha para embarcar en Doha.

Ofrecemos cruceros de 7 noches por Los Emiratos y con una operativa de embarque y desembarque con avión como decía vuelo directo de Madrid muy interesante.

Cabe resaltar los precios que obviamente podemos ofrecer en Febrero y Marzo en estos destinos y también tienes una seguridad de que vas a poder disfrutar de un buen clima, por lo cual animo a que los agentes hagan la prueba.

Muchísimas gracias Fernando, y ¿qué nos puedes contar de la programación de este verano?

Este verano 2023 MSC Cruceros, prevé batir récords de venta como ya los hemos batido en el 2022.

El pasado año, gracias a nuestro plan de expansión con la apertura de puertos españoles para facilitar

el embarque y desembarque en puerto español, nos ha permitido pasar de los 200.000 pasajeros de cruceros, que es la primera vez que lo hacíamos.

En el 2023 continuamos con este plan de expansión, abriendo más puertos de embarque españoles y o creciendo en el número de operativas de embarque y desembarque.

Quiero destacar en el caso de los puertos españoles, la operativa de autobuses que estamos ofreciendo y que está teniendo mucha demanda desde muchas ciudades para poder embarcar en Barcelona o Valencia. Ofrecemos operativa de autobuses desde Alicante, Murcia, Madrid, Tarragona, Castellón, Zaragoza y Lleida.

Desde puerto español en cruceros de 7 noches, ofrecemos 3 barcos saliendo desde Barcelona.

Uno sería MSC World Europa, que es el barco más moderno de MSC Cruceros y el más grande que tenemos en nuestra flota.

Así mismo repetimos desde Valencia la operativa de 2 barcos, pero ampliando el número de salidas, porque en el caso del año pasado

pusimos 2 barcos saliendo de Valencia, uno de ellos comenzaba a mediados de Julio, mientras que este año los dos barcos comienzan justo después de Semana Santa, uno a mediados de Abril y otro la primera semana de Mayo.

Asimismo uno de los 2 barcos de Valencia, también hace escala en Tarragona y ofrecemos embarques en Tarragona por primera vez, ya que anteriormente lo habíamos operado, pero no todos los embarques tenían el desembarque en Tarragona y a veces teníamos que usar el puerto de Barcelona.

No quiero olvidar en puerto español, tampoco los cruceros de 10 noches que ofrecemos desde Málaga y Alicante.

Ya los pusimos en marcha en el verano del 2022, era la primera vez que ofrecíamos embarque y desembarque en el puerto de Málaga y de Alicante y vamos a continuar debido al éxito que obtuvimos también en el verano de 2023.

Aumentaremos el número de salidas hasta 15. Este crucero es muy para familias y muy de verano, ya que tocamos mucha playa: Lisboa, Cádiz, Málaga, Alicante, Génova y Cerdeña.

En otoño ofreceremos embarques y desembarques en Santa Cruz de Tenerife, con cruceros largos de 9 noches y esto en cuanto al puerto español, pues obviamente nos mantiene y nos consolida, como líder en la salida y llegada de puerto español.

También hemos querido ampliar el número de operativas desde aeropuertos españoles, saliendo de Madrid y Barcelona que eran los aeropuertos que nosotros utilizábamos para todos nuestros operativos, para este próximo verano le hemos sumado las operativas de Málaga y Valencia.

Desde Málaga volamos al mediterráneo Oriental y desde Valencia volamos tanto al mediterráneo Oriental como al norte de Europa, para poder visitar arriba en norte de Europa, Fiordos o capitales Bálticas.

En el caso de mediterráneo oriental, disponemos de 7 barcos que ofrecen Islas griegas y Grecia.

Con salida en sábado, en domingo y en lunes, ofrecemos también Turquía con cruceros de 9 noches y operativas charter desde Madrid, en vuelos muy

cómodos directos.

Quiero destacar en el caso de los puertos españoles, la operativa de autobuses que estamos ofreciendo y que está teniendo mucha demanda desde muchas ciudades para poder embarcar en Barcelona o Valencia. Ofrecemos operativa de autobuses desde Alicante, Murcia, Madrid, Tarragona, Castellón, Zaragoza y Lleida.

Nuestro plan pasa por acercar el puerto o los aeropuertos o facilitar el embarque en los puertos, a todos los turistas españoles que

estén interesados en viajar en crucero, porque al final la principal competencia que tenemos nosotros en MSC Cruceros es esa, es la propia España que gracias a que somos uno de los países más maravillosos para viajar, lamentablemente para nosotros, para el negocio de los cruceros, esa competencia es muy fuerte.

Muchísimas gracias Fernando, por todo lo que nos ha contado.

Muchas gracias a vosotros.



¿PUEDES DISFRUTAR DEL AGUA DEL MAR SIN SU SAL?



Utilizamos agua de mar desalinizada en todos nuestros barcos, para todo: en las bañeras de hidromasaje, en los baños o en las lavadoras. Y cuando se ha utilizado, la limpiamos por completo antes de volver a ponerla en su lugar. Para que puedas disfrutar del mar sin su sal.



Descubre el Futuro de los Cruceros

msccruceros.es



Rafael Muñoz

Director Comercial España y Portugal
Welcomebeds, Welcomebeds-Rhodasol y Welcomebeds Corporate

 **welcomebeds.com**

Aprovechando nuestra visita a Fitur, quisimos **charlar y conocer las últimas novedades**, de un tipo de proveedor al que habitualmente no entrevistamos, pero que sin duda, supone una **f fuente de ingresos muy relevante para las agencias de viajes**. Nos referimos a los **bancos de camas**.

Buenos días Rafael, un placer tenerte aquí, en Agent News.

Hola buenos días, Muchas gracias.

Nos gustaría que nos dijese como estás viendo esta edición de Fitur.

Pues la verdad es que está siendo un Fitur muy positivo. Yo diría que a los niveles de otros PrePandemia.

La afluencia está siendo muy buena, estamos teniendo una afluencia realmente importante.

Se está viendo negocio, cosa que hacía varios años que no lo estábamos viendo, por lo tanto bajo mi punto de vista, está siendo una edición muy positiva.

Rafael, cuéntanos ¿Cómo habéis cerrado el ejercicio en el conjunto del banco de camas de Ávoris?

El pasado ejercicio, ha sido un poco atípico, el primer semestre del año, tuvimos unas ventas muy buenas, la línea fue totalmente ascendente, una línea muy buena de venta y luego el segundo semestre, fue un poco más plano, pero en resumidas cuentas muy positivo, porque cumplimos los objetivos marcados, que eran muy altos, muy elevados, por lo tanto dentro del banco de camas de grupo Ávoris, estamos muy contentos.

¿Cómo tenéis actualmente distribuidos los ingresos?

La distribución la tenemos muy bien definida.

Tenemos 3 patas de distribución, la primera tradicional, que es la venta booking online, la venta web y la

venta tradicional de teléfono de nuestro contact Center, eso supone una venta aproximada de 50% del total.

Luego tenemos otra pata, que es la parte de grupos. Tenemos un departamento de grupos que está muy consolidado, llevamos más de 12 años vendiendo este segmento y que supone un 25% del restante.

Y luego tenemos lo que es la venta online, la venta XML, que son las integraciones que tenemos con todas las agencias del sector y que supone el otro 25% del total de la venta.

Así es como tenemos distribuida la venta Rhodasol en estos momentos.

Aprovechando que te tenemos aquí, nos gustaría que nos contases un poco, acerca de qué novedades tendremos por vuestra parte este 2023.

Pues fíjate, hay muchas. Es un año muy importante para nosotros, porque vamos a introducir una nueva marca, que es **Welcomebeds by Rhodasol**, en la que vamos a introducir unas mejoras dentro de lo que es el sistema para la agencia minorista B2B muy importantes.

Vamos a hacer un sistema 360, es decir, la agencia va a poder comprar el solo hotel como hasta la fecha, va a para poder comprar los servicios extra y luego una parte muy importante para nosotros, que no teníamos hasta la fecha, que es la parte del corporativo.

Hay muchísima gente en el segmento, que venden corporate y que hasta el momento Rhodasol no podía venderle, por lo tanto la nueva

marca **Welcomebeds by Rhodasol**, va a ofrecer este segmento, que es muy importante para nosotros.

Fantástico Rafael gracias, aunque sé que la pregunta es muy manida, podrías darnos tu punto de vista profesional, sobre cómo va a ir este año.

Pues fíjate el 2023 va a ser bueno, ha empezado muy bien. Nosotros las estadísticas al principio de año, las vemos teniendo en cuenta el último trimestre del año anterior.

Vamos viendo más o menos, cómo va a funcionar el año y tenemos unos números muy buenos, pero hay que ser un poquito prudentes.

La verdad es que cuando hablas con competidores, clientes y amigos, todo el mundo dice que este año va a ser espectacular.

Nosotros lo tenemos presupuestado, para hacer las ventas del año 2019.

Todo el mundo habla del 2019, como el año en el que todos queremos volver a ese punto.

Yo siempre digo lo mismo, el 2019 fue el mejor año el turismo.

Por lo tanto, si conseguimos este objetivo que creo que lo vamos a conseguir según estamos viendo, no podemos dar por satisfechos.

Rafael, muchísimas gracias por tu tiempo.

Gracias a vosotros.

Cesar Herrero

*Director Fuerza de Ventas
Tour Operación Ávoris*

Muy buenos días y muchísimas gracias por estar con nosotros.

Encantado de estar con vosotros y hablaros de la marca Jolidey, especialista en el Caribe del grupo Ávoris.

Gracias César para empezar, nos gustaría que nos hablases un poco de la trayectoria de Jolidey en todo este tiempo que lleva operando.

Estamos en el 2023 y hemos pasado 3 años duros como todos, lo que sí que hemos tenido la suerte entre, comillas, si podemos llamar suerte a pasar una pandemia, es que los destinos del Caribe, que son los principales destinos que toca Jolidey, como son Dominicana, Cuba y México, han estado operativos casi en todo el periodo de pandemia.

Ha habido unos pocos meses, unas pequeñas temporadas, que estuvieran cerrados algunos destinos, pero han sido los destinos que en primer lugar, han iniciado los viajes organizados al Caribe.

Nosotros en el 2022 hemos cumplido nuestros objetivos, también porque hemos tenido la suerte de que algunos destinos de larga distancia estaban cerrados y la gente pues se ha volcado sobre todo en el Caribe.

Otra ventaja del 2022, fue el tener una compañía aérea, la cual nos ha facilitado el crear muchas frecuencias y tener mucho producto para vender al Caribe.

Con esto pues hemos llegado a los objetivos sobre todo de venta de plazas en el 2022.

Muchísimas gracias Cesar. Nos gustaría que nos contases un poco, qué nos puedes proponer o qué puedes recomendar a los agentes de viaje, para vender desde ahora y hasta cuando realmente empiece la temporada alta.

Como nos estamos dirigiendo a los agentes de viajes, hablo de novedades.

La principal novedad es que tenemos ya cargada toda la programación al Caribe del año 2023, hasta final de octubre, la tenemos cargada tanto a Dominicana, como a Cancún, como a Cuba.

Otra de las novedades para este año 2023, es la operativa aérea para todo el verano.

Desde Barcelona volaremos directamente a Cancún y a Punta Cana.

Ya lo hicimos el año pasado y este año volvemos a repetir, porque fue una gran ventaja para el cliente catalán y para las agencias de viajes de Cataluña y Baleares, el salir desde Barcelona directamente al Caribe.

Es una exclusiva que la tenemos nosotros para el mercado español

y bueno que nos ha dado muy mucho juego, sobre todo a la hora de ofrecer producto.

Otra novedad es que seguimos apostando por los acuerdos preferenciales con grandes cadenas hoteleras en el Caribe: Barceló que es de la casa, pero sí que con Riu tenemos un gran acuerdo, con Be Live, con Impressive, con Sirenis y esto nos da mucho juego, a la hora de lanzar campañas y promociones, tanto para novios, para viajes familiares, para niños y en definitiva, para todo tipo de clientes.

Muy bien, Muchísimas gracias César. Por último, nos gustaría si puede ser, que nos adelantases un poco cuál va a ser la programación de verano, que no deja de ser al final la temporada alta y la temporada donde todos tenemos

ganas y posibilidades de vender.

Pues la programación va a ser bastante amplia, vamos a volar desde Madrid 6 veces por semana a Rivera Maya, una desde Barcelona a Punta Cana, volaremos 5 veces semanales desde Madrid y una desde Barcelona a Cuba, volaremos a la Habana 4 veces por semana y otra de las novedades que también empezó el año pasado, a Santiago de Cuba, volaremos una vez por semana.

Muchísimas gracias por tu tiempo y por haber estado con nosotros.

A vosotros y mucha suerte y ganas a todos los agentes de viajes.



Alberto Díaz

Ceo de Mapa Group Travel



Alberto, buenos días y gracias por tu tiempo.

Un placer estar con vosotros y encantado de saludaros.

Para comenzar, nos gustaría que nos dices un par de recomendaciones para incrementar las ventas de las agencias, durante estos meses hasta que llegue la Semana Santa.

Pues yo creo que por climatología sin duda Egipto, aunque se están llenando ya los vuelos y no tenemos muchas plazas ya disponibles, pero todavía tenemos salidas con plazas y yo creo que otro de los destinos Top en estas fechas, puede ser Turquía.

Perfecto Alberto, ¿Qué nos puedes contar de vuestra programación para Semana Santa?

Prácticamente tenemos ya cerrada toda la programación de Semana Santa y en breve estará ya toda en la calle.

Apostamos por multitud de destinos y a su vez desde multitud de orígenes, porque prácticamente lo que nos hemos especializado en los últimos años, es en buscar la cercanía con el cliente y el apoyo máximo con las agencias de viajes localmente, en cada una de las ciudades.

Tenemos programación como siempre, desde Valencia, desde

Andalucía, Vitoria, Pamplona, Valladolid, Santiago, Zaragoza... con lo cual tenéis 25 vuelos chárter preparados, a destinos como Praga, Berlín, Turquía, también novedades como pueden ser Bretaña o Normandía y como siempre esperamos que sigáis animados a vender nuestros productos, como en los últimos puentes, que lo habéis hecho fenomenal y es que este año tenemos unas poquitas placitas más, porque parece que está animado este año.

Muy bien, gracias Alberto. ¿Nos puedes adelantar algo de vuestra programación de verano?

Por supuesto que sí, eso está en la cocina ahora. Se está cocinando, hay que sacarlo y estará en breve. A grandes rasgos, deciros que creo que va a ser pionero un vuelo a Podgorica, que es la capital de Montenegro y hemos elegido precisamente esa ciudad, porque nos da la opción de hacer toda la parte del norte de los Balcanes y la parte Sur, con un destino que yo creo que se va a poner de moda este año, que es Albania.

Digamos que eso es una de las grandes novedades, pero a su vez vamos a tener en el otoño chárter a Jordania, vamos a tener chárter a Sicilia que ya tuvimos el año pasado y luego hemos apostado por sacar una programación desde provincias, que va desde junio hasta octubre a Turquía.

Creemos que con el incremento de precios que ha habido y el tema de la inflación, hemos querido hacer una apuesta por destinos más parecidos a los 1500 € que no a los 2000 €, porque creemos que es mucho más factible y que lo podéis vender fácilmente con vuestros clientes.

Así que la programación es amplia, tenemos novedades como Chipre, que vamos a sacar un circuito por primera vez en la historia del mercado español, porque hasta ahora solo se producía estancia, con unas excursiones y por primera vez, vamos a hacer lo que es un circuito de verdad, con 3 puntos, pasando a la zona norte que parece que está tabú, pero existe y entonces meteremos 2 noches ahí y creo que completamos perfectamente la isla, que es un cruce de civilizaciones de 8.000 años.

Otro destino que recomendaría es la parte de la Puglia italiana, muy desconocida, lo que es el tacón de la bota, que tiene un encanto especial. Hay muchas visitas muy bonitas, empezamos ahí en Bari y terminamos en la costa Amalfitana.

Es un circuito de una semana perfecto, para conocer todo el Sur de Italia.

Muy bien Alberto, muchísimas gracias.

Gracias a vosotros por vuestro apoyo, hasta siempre.

PRODUCTO SUJETO A LAS
SUBVENCIONES DE KIT
DIGITAL PARA PYMES

KIT
DIGITAL
AGENTE DIGITALIZADOR

Orbis
WEB

La gestión comercial
para agencias de viajes
líder en España, con
servicio en la nube

La versión más completa de Orbis

Orbis WEB, mantiene las características principales de nuestras más avanzadas y potentes herramientas de gestión de agencias de viajes, ofreciéndole la versión más completa de Orbis.

Siempre disponible

Orbis WEB está disponible las 24h e incluye un seguimiento continuo del mantenimiento del servidor así como de las versiones del programa y la gestión de las copias de seguridad.



Más información en
www.orbisweb.es

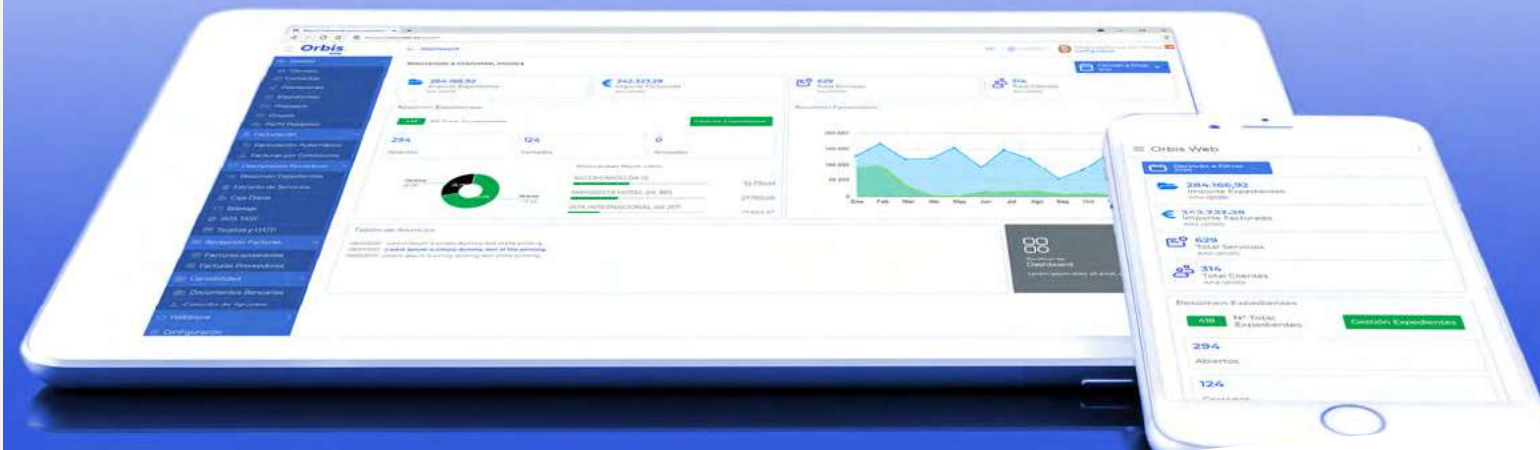
Flexible y escalable

Con las licencias de Orbis WEB se puede ampliar o reducir el número de conexiones simultáneas ajustando el servicio a sus necesidades mes a mes y con tarifas escaladas por número de puestos.

Céntrese en su negocio

Ya no será necesario preocuparse por la pérdida de datos, caídas de servidores, mantenimiento, licencias ni copias de seguridad.

- Acceso remoto a través de Internet y desde cualquier lugar del mundo.
- Datos centralizados y visualización en tiempo real.
- Protección de datos.
- Copias de seguridad diarias.
- Asistencia telefónica.
- Siempre actualizado a la última versión.



Pipeline
software

C/ Estatuto, 6A Bajo, 12004 Castellón, España
Tfno: +34 964 72 33 90
pipeline@pipeline.es



Recursos gráficos para agencias de viajes

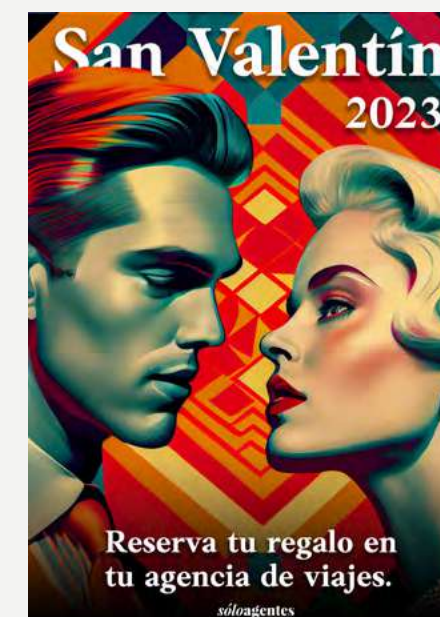
San Valentín 2023

Personaliza este material con el logo de tu agencia y compártelo para incrementar tu venta de viajes.

Pulsa sobre ellos para descargar tanto los formatos en fotografía, como los formatos en vídeo para redes sociales y tu página web.

Hoy os traemos una entrega de material gráfico que podéis utilizar para potenciar la venta de viajes durante estas próximas semanas.

Como siempre el material que os ofrecemos podéis personalizarlo con vuestro logo y utilizarlo tanto para acciones promocionales online, como en vuestra propia agencia física. Esperamos que os sean de utilidad.



Pulsa aquí para descubrir todo el material que hemos preparado.

Lander Arriaga

Director Comercial y Marketing en Dit Gestión

Dit Gestión, es quizás uno de los ejemplos más representativos del *empuje, capacidad de cohesión y servicio*, que un grupo de gestión, tiene como misión aportar al conjunto de las agencias de viajes.



Hoy conoceremos un poco más de Dit Gestión. De la mano de Lander Arriaga, Director Comercial y de Marketing de Dit Gestión.

Lander en primer lugar, nos gustaría que nos hicieses un breve resumen, de las actuales magnitudes de Dit Gestión.

Pues este 2023 Dit Gestión cumple 15 años.

Nosotros desde los inicios, teníamos muy claro que no queríamos ser un grupo de gestión más al uso y es por ello, que hemos invertido y trabajado sobre 3 puntos clave para nosotros.

Por un lado está la tecnología, siendo el único grupo con desarrolladores web propios.

Por otro lado, está todo el asesoramiento, donde actualmente contamos con más de 40 personas en plantilla, especializadas todas ellas, en diferentes necesidades que va teniendo el agente de viajes en su día a día.

Y por otro lado, está la rentabilidad: Al ser el grupo de gestión líder en puntos de venta a nivel nacional, disponemos de los mejores niveles de comisiones y de rápeles.

Actualmente contamos con más de 1.000 agencias de viajes asociadas al grupo, todas estas agencias asociadas, es importante resaltar, que han sido captadas o asociadas, una a una.

Nosotros no hemos comprado ni grupos de agencias, ni nada del estilo y tampoco añadimos ninguna cláusula de permanencia a las agencias de viajes.

Una agencia de viajes en Dit Gestión, tenemos claro, que tiene que estar porque quiere y porque sigue creyendo en él mes a mes.

Muchas gracias Lander, ¿y qué destacarías de Dit Gestión, en cuanto al desarrollo de herramientas tecnológicas propias y de programas de formación?

Bueno si tenemos que destacar algo, yo destacaría, que nosotros nunca hemos subcontratado ningún tipo de herramienta tecnológica, ni ningún departamento de asesoramiento hacia nuestras agencias de viajes, dando exclusividad total, de cada una de nuestras herramientas, a nuestras asociadas.

Todas estas herramientas que nosotros vamos creando, están interconectadas entre ellas, con automatismos cada vez más fuertes, lo que hace que suponga, un ahorro de costes y de tiempo muy importante para todas nuestras asociadas.

Dentro de estas herramientas yo destacaría 6 herramientas clave.

Por un lado, tenemos el consolidador aéreo multi-GDS, donde las agencias pueden ver y pueden trabajar, además de con diferentes GDS, todo

lo que son las tarifas públicas que encuentran, más todas las privadas y negociadas nuestras del grupo.

Por otro lado, tenemos un consolidador multiintegraciones hotelero, actualmente lo podríamos definir como líder en el mercado, donde pueden encontrar cerca de 16 integraciones de diferentes bancos de camas y seleccionar siempre, el que más se adapte, a lo que en ese momento necesiten.

Por otro lado, tenemos la página web, totalmente personalizable y completa, al 100% online.

Es una página web que ahora además en febrero, presentamos la nueva página web, que bueno, esperamos que os guste y que será lógicamente un cambio muy drástico a las páginas actuales que hay ahora mismo en el mercado de las agencias de viajes, donde estará automatizada y con la posibilidad de cargar un montón de producto propio cada agencia.

Por otro lado, como punto 4 destacaré la Intranet de las agencias, una Intranet totalmente automatizada, dinámica, multiusuario, multiaccesible, multisucursal, con la posibilidad de poder ofrecer nuestros productos, al resto de las agencias de viajes del grupo de Dit Gestión y con un ahorro de tiempo y de costes también muy importante.

Por otro lado y como herramienta número 5, destacaré el programa de

contabilidad propio, un programa que a su vez está conectado con la Intranet y con todos los motores XML, donde automatiza y agiliza muchísimo el trabajo de la asociada, con una herramienta de control de horarios de todos nuestros empleados, con una herramienta de firma a distancia biométrica, de todos los contratos de viajes combinados y con toda con una serie de informes, que nos está dando la situación de nuestra agencia de viajes, de cada uno de nuestros agentes contratados etcétera.

Y como último punto, yo destacaría los motores de integraciones XML propios, desarrollados aquí en la central de Dit Gestión y como bien hemos comentado antes, son motores exclusivos para las agencias de viajes del grupo de Dit Gestión, donde dentro de esos motores, todos ellos bajo la marca Haiku, destacaría el motor de hoteles como bien he comentado, el motor de cruceros, el de trenes, el de receptivos directos, de seguros y el de coches.

Fantástico Lander. Empieza un nuevo ejercicio, ciertamente retador e ilusionante.

Nos podrías contar, cuáles son vuestros objetivos, para este año.

Bueno, si algo estamos de acuerdo todos, es que 2023 va a ser un año de muchísimo cambio, ya no solamente en mayoristas, entre operadores, sino también en grupos tanto verticales, como los horizontales.

Nosotros, seguimos teniendo un objetivo claro, es seguir siendo el Partner número uno de nuestras asociadas.

Estar ahí, en las buenas con ellos, pero sobre todo en las malas, como lo hemos estado haciendo durante estos últimos 15 años y bueno empezamos el año 2023, con muchísima ilusión, con muchos cambios, que pronto verán la luz. En herramientas, en departamentos y bueno en sistemas, que dentro de poquito presentaremos a

todas nuestras asociadas. Y bueno, tenemos claro, que para poder seguir siendo líderes en el mercado, tenemos que seguir escuchando a nuestras asociadas y creando y desarrollando todo aquello que necesitan para su día a día.

No parar, sino todo lo contrario, trabajar más que nunca y seguir haciéndolo siempre, de la mano de nuestras asociadas.

Muchísimas gracias por tu tiempo Lander y por toda la información que nos has aportado.

Nada, muchísimas gracias a vosotros de verdad y felicidades a todo el equipazo de soloagentes.com, por crear esta nueva manera de informar a los agentes de viajes.

Aprovecho también esta pequeña entrevista, para desearos a todos los proveedores y agentes de viajes, un 2023 muy muy bueno, de parte de toda la gran familia de Dit Gestión y mucho ánimo a todos.

Un abrazo y gracias soloagentes.

Actualmente *contamos con más de 1.000 agencias de viajes asociadas al grupo*, todas estas agencias asociadas, es importante resaltar, que han sido captadas o asociadas, una a una.

DITGESTION

Más que un grupo de gestión





<OPTIMIZA>

Curso de **reactivación** turística
para Agentes de Viajes

tema

La importancia de poner el foco

sóloagentes
academy

WWW.SOLOAGENTESACADEMY.COM



La importancia de poner foco

En este tema hablaremos de la importancia, que tiene el actuar siempre, con un fin en la mente, o lo que es lo mismo, que todas nuestras acciones sean piezas del puzzle, que conforman el resultado final que perseguimos.

¿Cuántas horas al día pasamos en piloto automático?, sin plantearnos qué estamos haciendo y para qué lo hacemos?

¿Te ocurre más veces de las que quisieras reconocer, que a la hora de tomar una decisión, piensas más en qué haría tu jefe, tus compañeros, o tu cliente, que en lo que realmente crees tú personalmente, que se debería hacer?

¿Sabrías decir, dónde quieres estar dentro de 10 años...?

¿y dentro de 5 o de 2.?

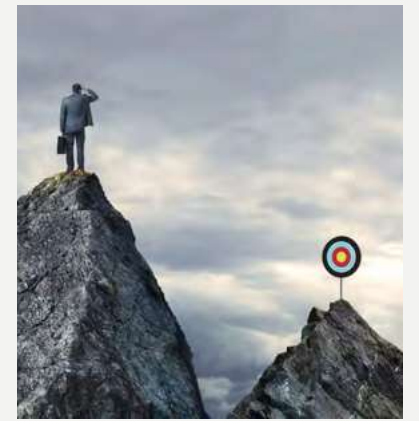
¿Podrías describir qué estarás haciendo, dónde y con quién? Decía Steve Jobs, que si no trabajas por tus sueños, alguien te contratará para que trabajes por los suyos.

Créeme, esto no va tanto de trabajar por cuenta propia o

por cuenta ajena, como de actuar siempre, buscando invertir nuestro esfuerzo, en aquello que nos aporte el mayor bienestar personal y profesional.

Son demasiadas las ocasiones en las que nos dejamos llevar. En nuestro trabajo, en nuestras relaciones personales, con nuestra familia...Y esto hace que malgastemos gran cantidad de nuestra energía y tiempo, en actividades que finalmente, no nos aportan ningún beneficio personal ni a corto ni a largo plazo.

Como veíamos en el tema anterior, muchos de nosotros, actuamos de forma reactiva, pensando que nunca nada depende de nosotros, que estamos a merced de los acontecimientos diarios y que estos, inexorablemente marcarán nuestros siguientes pasos. Te proponemos desechar esa forma de actuar y que comencemos a movernos siempre, con un fin en mente.



Tengamos siempre presente hacia dónde queremos dirigirnos.

Que todo lo que hagamos, tanto en nuestra vida personal como profesional, tenga un objetivo, un motivo y sobre todo un PARA QUÉ.

El conseguir llevar a cabo nuestras acciones siempre con ese fin en mente, nos permitirá obtener algunas victorias privadas fundamentales:

En primer lugar, podremos rentabilizar nuestros esfuerzos y nuestro tiempo, centrándonos siempre en aquello nos acerque un poco más a nuestro objetivo.

En segundo lugar, tendremos mucho más claras, cuáles deben ser nuestras decisiones y las podremos tomar de una forma mucho más efectiva. En demasiadas ocasiones, actuamos frente al espejo social con el que nos vemos.

Toda nuestra vida está influenciada por cómo nos han dicho que somos, o cómo creemos que nos ven o nos deberían ver los demás.

Quizás te hayas repetido a ti mismo más de una vez frases como:

“Trabajar es una necesidad y no tiene porqué gustarme lo que hago ni con quién lo hago”. O también que “el conseguir un aumento de sueldo o una mejora en mi status profesional, no depende de mí, depende de mis jefes o de que quieran comprar más clientes”. A esto, se le llama creencias limitantes. El espejo social que vimos en anteriores temas y esas creencias limitantes, frenan por completo nuestras iniciativas y nuestra posibilidad de realizar cosas excepcionalmente relevantes. Es posible que creamos que esforzarnos por actuar siempre, con un objetivo en mente no merece la pena, al fin y al cabo, es sólo un trabajo y después tenemos nuestra vida. ¿Cierto?, Hagamos cuentas: Trabajamos en el mejor de los casos, al menos 8 horas en la agencia de viajes. Empleamos una media de 2 horas en nuestros desplazamientos laborales. Después están las comidas y cenas de trabajo, las presentaciones de nuestra empresa o de los proveedores del sector... Además, si queremos mantenernos actualizados, tendremos que dedicar un tiempo a la formación... Al final, siempre recibimos alguna llamada de clientes fuera del horario laboral.



¿Seguimos? Bueno es verdad, los fines de semana son diferentes ... ¿O no? Más llamadas de clientes que quieren salir el lunes, o que se han quedado colgados en el destino, fantrips, convenciones, acompañamiento a

grupos de clientes... Y si tienes la “suerte”, de que tus amistades no sean del sector: Cenas y copas, en las que tenemos que responder a preguntas como: “¿Cuáles son las mejores ofertas para el próximo puente?”

o ¿“Podrías decirme los horarios de los vuelos a París para la próxima semana?”... En definitiva, si hay un sector en el que la vida profesional y personal es difícil de separar, ese sin duda, es el sector de las agencias de viajes.



Nuestra vida es un todo y todo lo que hacemos está conectado.



No podemos ser plenamente felices, si no estamos satisfechos, con cada una de las cosas que conforman nuestra vida.

Como ya hablamos en temas anteriores, en realidad, todos vivimos 3 vidas en una: Está la vida pública, que compartimos con la gente que se cruza en nuestro día a día: compañeros, clientes, conocidos... Por otra parte, la vida

privada: en la cual se encuentra nuestro círculo más íntimo: familia, pareja, hijos y amistades. Y por último nuestra vida interior, esa con la que compartes las 24 horas del día y que sólo tú conoces y que sólo depende de ti.

Esas 3 vidas necesitamos vivirlas de forma coherente, créeme no funciona eso de ser feliz en una parte de ellas. Si no estás satisfecho con tu vida interior, no podrás estarlo en tu vida privada, ni en tu vida pública.... Y menos trabajando en el sector servicios. Pero,

¿cómo enfocarnos en lo importante y no perdernos en las mil distracciones estériles, que nos provocan los demás o que directamente nosotros nos auto infligimos? En el siguiente tema veremos cómo hackear nuestra mente, para centrarnos en lo que realmente deseamos.





<OPTIMIZA>

Curso de **reactivación** turística
para Agentes de Viajes

tema

11



Hackea tu mente

CURSO <OPTIMIZA>
PARA AGENTES DE VIAJES

WWW.SOLOAGENTESACADEMY.COM

sóloagentes
academy

sóloagentes
academy

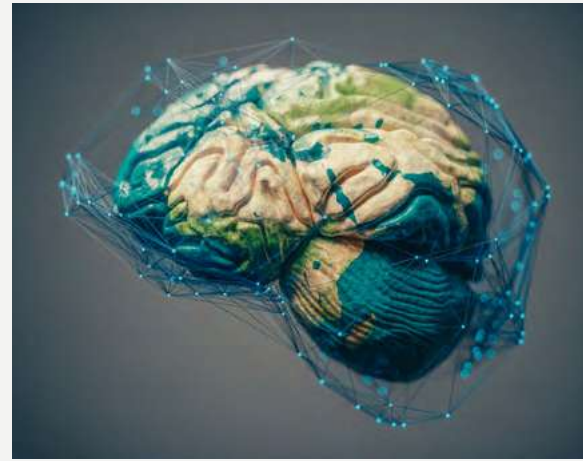
WWW.SOLOAGENTESACADEMY.COM

Hackea tu mente

Poner el foco en lo que realmente es importante para nosotros, será la llave para que consigamos mejorar enormemente tanto nuestra vida personal como profesional.

Lo que te contamos a continuación, no son suposiciones o percepciones, sencillamente es ciencia y por lo tanto, deberíamos aprovechar los actuales avances en el conocimiento humano, para nuestro beneficio personal. Está comprobado que nuestro cerebro procesa unos 400 mil millones de bits de información por segundo, imagínate, nos volveríamos locos si toda esa información llegase a nuestra conciencia. El Sar o sistema de activación reticular, es la parte de nuestro cerebro que filtra la información y hace que seamos conscientes sólo de unos 2000 bits de esos 400 mil millones de bits que procesamos. Es decir, más del 99,99% de la información que

recoge nuestro cerebro la desecha y no somos conscientes ni siquiera de que la recibimos. Pongamos un ejemplo práctico. Imaginemos que nuestro cerebro es Google. Tiene información distribuida en cientos de miles de páginas de todo tipo de temas y nosotros, a través del buscador, definimos los parámetros de aquella información que deseamos conocer. Por lo que nos focalizamos en esos resultados únicamente. En este ejemplo, nuestra mente es Google y el buscador es nuestro SAR o sistema de activación reticular. ¿Te imaginas entonces, lo importante que es determinar de toda esa información, cual es aquella, a la que nuestro cerebro debería hacer caso?



El SAR, está formado por regiones del cerebro que son evolutivamente muy antiguas. Esta es una zona de nuestro cerebro, que regula nuestro estado de vigilia y las oscilaciones diurnas y nocturnas, pero además, es el responsable de lo que llega a nuestro consciente.

Según diversos estudios realizados, al hacer un acto consciente de enfocar nuestra atención en algo que deseamos, nuestro SAR decide filtrar la información que recibe y nos permite ver aquello que es de interés y que nos sirve para conseguir el objetivo en el que nos hemos enfocado.

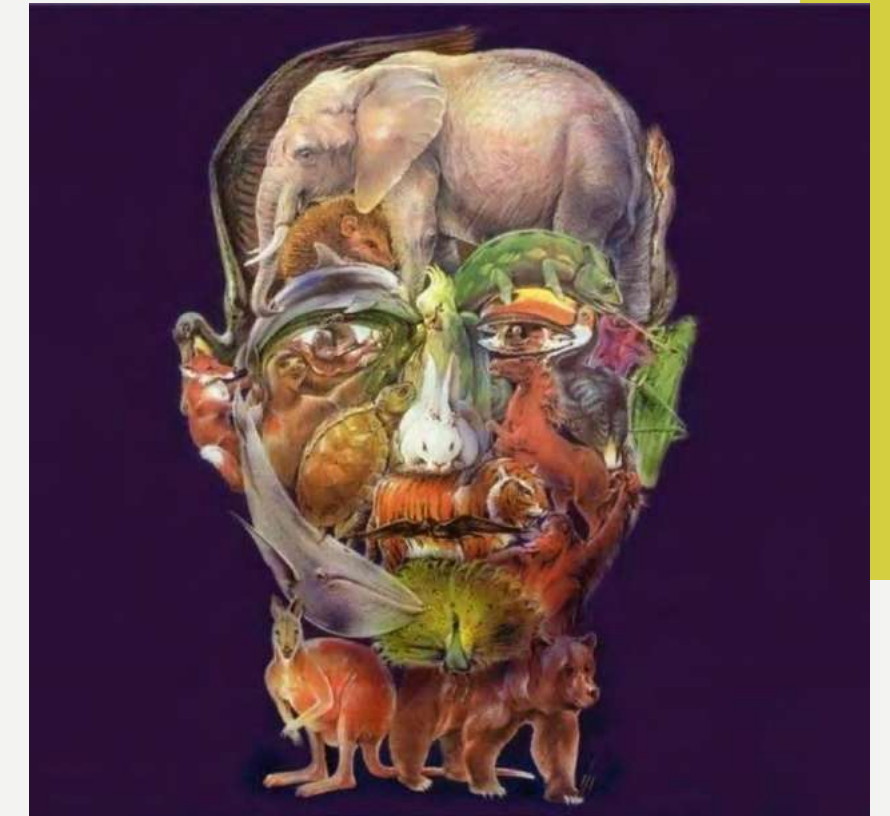
El SAR por ejemplo, es el responsable de que cuando nos planteamos comprar un coche de una marca o color determinado, parezca que se multipliquen a nuestro paso los vehículos con esas características. También Gracias a ese filtro, somos capaces de detectar cuando pronuncian nuestro nombre en una sala llena de ruido. Viendo estos ejemplos, podríamos pensar que a todos nos pasa lo mismo, por lo que todos percibimos exactamente, el mismo tipo de información en nuestro consciente. Pero ¿qué pasa si le mostramos esta imagen a 10 personas durante unos segundos?, muy posiblemente cada uno verá, una parte de la información y muy posiblemente, no sea la misma que vea el resto.



Lo mágico del SAR es que es totalmente programable, al igual que la consulta que hacemos en el buscador de Google.

Y si somos capaces de aprender, a realizar las consultas más adecuadas en cada momento para nuestros intereses, conseguiremos enfocarnos de una forma increíble en nuestros objetivos. Como decíamos al principio, esto no es algo holístico o espiritual, es ciencia y no, no admite discusión. En lo que te enfocas es en lo que vives. Por lo tanto, es realmente importante que determines hacia qué y cómo te enfocas. Para el cerebro, la claridad es fuerza, porque puede concentrar sus energías y alinear todos sus esfuerzos hacia un fin.

Por este motivo, tus metas serán tanto más fáciles de conseguir, cuanto más: concretas, específicas, detalladas, precisas y nítidas sean. La manera más sencilla de reprogramar tu filtro reticular, es visualizar el estado final de un proyecto o de un objetivo que persigues alcanzar. Cuanto más detallada sea la descripción de lo que queremos conseguir, de forma más fácil y rápida podremos lograrlo. Así es, como realmente conseguirás poner FOCO en lo importante. Visualizando qué y para qué queremos alcanzar esa meta.





Te invitamos a que lo entrenes, a que lo crees en tu mente...

¿Qué sentirás?, ¿Cuáles son los colores que ves, los olores?, ¿Qué sensaciones y emociones te producirán?, ¿Quién estará presente en ese momento en el que alcances tus objetivos?, ¿Qué escucharás y que dirás...? En definitiva, una vez que en tu mente has «visto» lo que quieres conseguir, el SAR hará automáticamente un filtro para enfocarte en ello. Por este motivo, es tan importante dedicarle tiempo, a enfocarte en aquellas

acciones que son realmente importantes para ti. En caso contrario, iremos saltando de una cosa a otra, sin encontrar nunca lo que buscamos y pasará desapercibido, aquello que realmente es la clave para alcanzar lo que buscas. ¿Pero cómo saber lo que realmente buscamos y cuál es el objetivo que queremos “cargar” en nuestra mente en cada momento? Y lo que es más importante. ¿Cómo sabemos que la forma en la

que planteamos el alcanzar ese objetivo, no afectará negativamente a otras áreas de nuestra vida? Todos nos movemos habitualmente por un centro que marca nuestra vida: por la familia, por el dinero o por disponer de más bienes materiales. Cuando actuamos movidos únicamente por uno de estos centros, en la mayoría de ocasiones, dejamos desguarnecidos el resto.

Por eso, os proponemos actuar siempre movidos por nuestros principios, que son el conjunto de parámetros éticos mediante los que representamos vuestros valores. Ahora sería un buen momento, para releer esos valores que has descrito en el módulo anterior y combinarlos, para determinar cuál debe ser la brújula que guíe tus acciones.



Por si te puede servir de inspiración o ayuda para redactar los tuyos, te dejo un resumen de aquellos principios que mueven mis acciones y sobre los que guío mis actos.



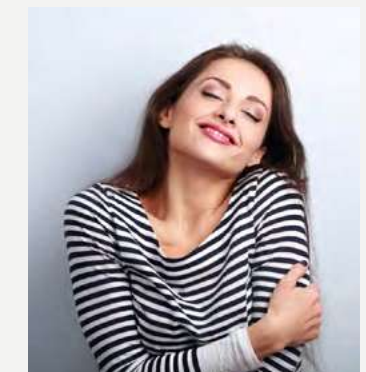
Dar siempre lo mejor de mí y buscar lo mejor en los demás.



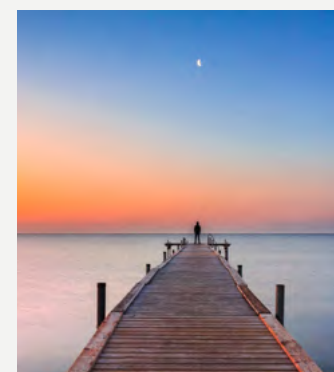
Vivir desde un sentimiento de abundancia y no de escasez personal y material.



Disfrutar del camino y premiarme por mis logros.



Respetarme y quererme por encima de todo.



No perder nunca la capacidad de sorpresa y disfrutar siempre de lo bello.



Vivir con humor y buscar cualquier excusa para reír y sonreír.



No perder nunca la oportunidad de celebrar.



Servir y no servirme de los demás.



Ayudar a que la gente se descubra y muestre todo lo maravilloso de sus vidas.



No juzgar ni dejar que me juzguen.



Vivir desde el amor y el respeto a los demás y no desde el enfrentamiento estéril.

Nos vemos en el siguiente tema. No te lo pierdas, porque crearemos recuerdos del futuro. La clave para conseguir convertir objetivos y proyectos en realidades.

CURSO «OPTIMIZA»
PARA AGENTES DE VIAJES

WWW.SOLOAGENTESACADEMY.COM

sóloagentes
academy

HUMOR TURÍSTICO

Ni esta es la Mona Lisa

Ni tu cuñado ha comprado el mismo
viaje, más barato que en la Agencia.

No hace falta ser un genio
para saber que

el mejor regalo en
San Valentín es un viaje.

No te PIQUES con tu pareja, por el
destino de tu próximo
viaje...

Pero CLARAMENTE, resérvalo en tu
Agencia de Viajes.

Él nunca lo haría.

Este San Valentín, acude a tu agencia de viajes.
Aún estás a tiempo.

Los Viajes son
como el vino.

Si Usted no nota la
diferencia, compre
el más barato.

... pero después
no se queje
del dolor de
cabeza del
día siguiente.

Este invierno, no dejes abandonada tu maleta.
Ella nunca lo haría.

*sólo*agentes

e-Magazine para Agentes de Viajes



PARA CLÁSICOS PROFESIONALES DEL SIGLO XXI
