

# EUROMUNDO. La mayorista presentó la evolución de su catálogo

En la primera cita del año con agentes de viajes, directivos de Euromundo y Europamundo dieron a conocer las renovaciones en su catálogo de circuitos para 2018.

“Este producto ha dejado de ser un catálogo para convertirse en un manual de circuitos propios por todo el mundo, no sólo por Europa. Salvo

*La operadora convocó a representantes de agencias de viajes locales a un desayuno con el propósito de presentar la evolución de su catálogo de circuitos para 2018.*

pocas excepciones, los itinerarios son de operación propia. Prácticamente toda la programación de China, Japón, Co-

rea, Estados Unidos, México, Guatemala, Rusia y Medio Oriente son operados por “Europamundo Vacaciones”, afir-

mó Francisco Román, director general de Euromundo, en un desayuno realizado en la Hacienda de los Morales.

Luis García, director general de Europamundo Vacaciones, presentó los nuevos itinerarios afirmando que la compañía siempre busca innovar y hacer viajes diferenciales.

“Como operadora de cir-



Luis García y Francisco Román.

cuitos somos la mayor en habla hispana. En nuestro folleto hay 73 países en todos los continentes. No buscamos tener el precio más barato sino la mejor relación calidad-precio y que ello sea por valores y servicios agregados. Desde su nacimiento, en 1997, Europamundo Vacaciones ha registrado un crecimiento considerable año tras año. Tan sólo en 2017 se logró un incremento cercano al 28% y se atendieron pasajeros de 37 nacionalidades, el 90% de ellos de habla hispana”, detalló García.

Respecto a la programación, la operadora ha desarrollado el concepto de los “Buses por la diversidad, por la tolerancia y por la paz”, en los que conviven viajeros de muchas nacionalidades y cuyo guía propicia la integración conversando sobre fiestas o costumbres de cada país.

“Nuestro producto es recomendado por muchas oficinas de turismo porque no se trata sólo de colocar los grandes íconos turísticos sino de mostrar el mundo, los pueblos,

**L** Este producto ha dejado de ser un catálogo para convertirse en un manual de circuitos propios por todo el mundo, no sólo por Europa. Salvo pocas excepciones, los itinerarios son de operación propia.

Francisco Román

los lugares pequeños y los paisajes de los que nadie ha escuchado”, agregó el directivo.

Por su parte, Kristhal Jiménez, directora comercial, presentó las novedades que se han implementado en la plataforma en línea, todas ellas encaminadas a facilitar el trabajo de los agentes con mejores herramientas de venta, como el buscador denominado “Magic Box”, el catálogo personalizado, el “Chat Box”, un sistema de inteligencia artificial que almacena las preferencias de los usuarios; y estadísticas de viaje.

**THE SIAN KA'AN AT GRAND TULUM LUXURY**

**VIVE TUS VACACIONES DE ENSUEÑO EN UNA ATMÓSFERA DE LUJO Y ROMANTICISMO**

“Soy un nuevo concepto creado sólo para adultos y ubicado en una espectacular playa en la Riviera Maya. Soy un paraíso terrenal, ideal para salir de la rutina y vivir la experiencia de unas vacaciones inolvidables. Mi alto nivel se orienta a satisfacer los gustos más exigentes con servicios exclusivos VIP. Mis habitaciones están llenas de detalles lujosos que te encantarán, todas con vista al mar y jacuzzi o alberca privada en terraza. Si tu plan es descansar, dejarte consentir al máximo y disfrutar de momentos románticos privados... ya me encontraste!”

**EAT PLAY LOVE**



Reserva con tu agente de viajes o contáctanos: 0180001 OASIS / www.oluxurycollection.com

f/OasisTulum @Oasis\_Tulum / Apertura Noviembre 2017 Riviera Maya, México.

## SENATOR HOTELS & RESORTS. Desembarco en Latinoamérica

Como parte de su estrategia de expansión internacional, la cadena española Senator Hotels & Resorts tomó la decisión de abrirse paso en el mercado latinoamericano.

Con más de 25 años de actividad, la empresa ocupa una posición privilegiada en el sector turístico de España, siendo “la compañía hotelera más exitosa en la zona de Andalucía y la décima a nivel nacional”, según afirman sus autoridades.

Para cubrir las necesidades de una clientela cada vez más amplia y variada, sus 34 propiedades se distribuyen en cinco marcas principales: Playa Hoteles, diverhoteles, Apartamentos Playa, Senator Hotels y, recientemente, Caleia Hotels.

En ese contexto, su proyecto en América Latina comenzó en República Dominicana con el ya inaugurado

Playabachata Resort y continuará en noviembre con la apertura del Senator Puerto Plata Spa Resort. Ambos de categoría 5 estrellas y ubicados en Puerto Plata, pertenecen a un complejo que la compañía adquirió el año pasado en plena bahía de Maimón.

Asimismo, para diciembre de 2019 Senator tiene prevista la inauguración del Senator Riviera Cancún Resort & Spa, en la primera línea de playa del destino, que contará con 1.044 habitaciones, 10 restaurantes, centro de convenciones, spa y parque acuático.

Cabe detallar que al frente de esta estrategia de expansión en Latinoamérica se encuentran Marc Pelfort, como vicepresidente de Ventas; y Javier Lorza, como director de Ventas y Marketing; los dos con una amplia experiencia en el sector hotelero del Caribe.