



## Cumple 40 años y cambia de imagen

- \* *El cambio de imagen de la minorista del grupo Globalia apuntala el carácter pionero que Halcón Viajes ha mantenido como enseña a lo largo de sus cuatro décadas de vida*
- \* *Halcón Viajes renueva su logotipo y se lanza al "punto com" para sumar las ventajas de Internet a la atención personal de sus oficinas físicas*

Las circunstancias de la época hicieron que **Halcón Viajes** naciera de forma muy discreta en Cáceres, y no en Salamanca, el año 1971 como hubiera deseado su fundador, Juan José Hidalgo. **Halcón Viajes** amplió su red de oficinas fundamentalmente en Castilla-León y Extremadura. El turismo de costas era el producto más solicitado. A finales de la década de los ochenta, Halcón tenía ya 28 oficinas abiertas al público.

1991 marca un punto de inflexión en la historia de **Halcón Viajes**. Ese año, Juan José Hidalgo adquiere la compañía Air Europa y pone en marcha un nuevo modelo de gestión de las agencias marcado por la elaboración y venta de productos propios. Se trata de un modelo inédito para el que encuentra el apoyo eficaz del recién fichado Fernando García Rascón.

La prueba de fuego llega con la Expo del 92. El boom de la Expo se repite en 1993 con el Xacobeo de Galicia. **Halcón Viajes** vuelve a ser pionera en dotar de productos a los aeropuertos locales. En este periodo, la red de agencias crece a un ritmo desconocido en el mundo: más de cien nuevas oficinas se abren cada año, siguen los paquetes turísticos a Canarias, que permiten a cientos de

miles de españoles pasar sus vacaciones en las Islas saliendo por primera vez desde el aeropuerto de su ciudad.

**Halcón Viajes** volvió a dar un paso de gigante con la creación de Curro, y los viajes a Cuba, Cancún o República Dominicana, a los destinos del Caribe, siguieron los europeos, los de América del Sur y del Norte, los de África... Siempre en estrecho contacto con los desafíos que Air Europa emprendía y consolidaba.

Al finalizar la década de los noventa, **Halcón Viajes** se había convertido ya en la primera cadena de agencias de España y Portugal por número de oficinas abiertas al público, record que no ha dejado de ostentar hasta hoy.

Fiel a sus señas de identidad, la minorista de Globalia no ha dejado de elaborar productos propios, hasta el punto de que hoy constituyen el 50 por ciento de su cartera.

En 2003, con la adquisición de Viajes Ecuador, Halcón entra por primera vez en contacto con la fórmula de la franquicia, ya que de las 400 oficinas de la red Ecuador, casi 300 operaban con este sistema. Un sistema que volverá a tomar protagonismo en 2009, cuando **Halcón Viajes** decide abrir sus puertas a otras agencias o pequeñas cadenas que opten por cobijarse bajo la red de un poderoso grupo turístico como Globalia. En poco más de un año, han sido más de 200 las oficinas que se adherido a la red de Halcón como franquiciadas.

Ahora, en marzo de 2011, modernizan su imagen corporativa y su logotipo. El nuevo logo, que ha pasado a ser Halcón viajes.com, Globalia ha invertido en este cambio de imagen 6 millones de euros. Su objetivo es doblar sus ventas online, alcanzando los 114 millones al final del 2011, lo que representaría el 10% de las ventas totales. ●



Juan José Hidalgo, presidente de Globalia y Fernando G. Rascón, director general de Halcón Viajes.



## LOGIN ÚNICO

Durante el pasado mes de febrero, los desarrollos Internet para el sector de Agencias de Viajes han registrado más de 67 millones de accesos (67.158.794 accesos), más de 1 millón de visitas (1.022.145 visitas) y más de 12 millones de páginas visualizadas (12.297.788 páginas, sin contar las visualizaciones desde cachés). Estos datos incluyen las estadísticas de Orbis Vending (8.547.807 accesos, 142.116 visitas y 1.099.052 páginas <http://www.orbisv.com/stat/>), las estadísticas de los Orbis Booking hospedados en Pipeline Software (15.247.979 accesos, 159.187 visitas y 6.298.828 páginas) y las estadísticas de nuestros desarrollos sectoriales, incluyendo herramientas como Login Único y Orbis Hoteles (43.363.008 accesos, 720.842 visitas y 4.899.908 páginas <http://control.aavv.net/global/>).

En conjunto, se han desarrollado para cerca de 6.000 Agencias de Viajes en España y Portugal (sin descontar duplicidades), así como otras organizaciones relacionadas con el sector (Mesa del Turismo, Asociación Española de Profesionales del Turismo, Asociación Española de Compañías Aéreas, Asociación de Compañías de Aviación Civil en España, ...) y otros servicios y herramientas Internet como Orbis Hoteles, FlightScanner y TDC Mail. En [www.aavv.com](http://www.aavv.com) pueden encontrar en todo momento una relación actualizada de sus principales desarrollos (apartado Proyectos).

Más de 4.000 agencias disponen del sistema **Login Único** implantado en sus Intranets. Durante febrero se han registrado 120.337 sesiones de trabajo en estas Intranets. Pueden encontrar esta estadística por grupos en [http://control.aavv.net/login\\_unico/grupos/](http://control.aavv.net/login_unico/grupos/).

**Login Único**, entre otras prestaciones, ofrece acceso directo para estas agencias a 166 sistemas de reservas. La relación de estos sistemas está disponible en [www.loginunico.com](http://www.loginunico.com). Durante febrero se han realizado 343.840 accesos a estos sistemas de reservas. ●