

Globalia integra bajo una misma Dirección General las áreas de receptivo y turoperación



* *Emilio Rivas estará al frente de la nueva Dirección General*

El presidente de Globalia, Juan José Hidalgo, ha nombrado a Emilio Rivas director general de las áreas de receptivo y turoperación del grupo, en las que se integran marcas como Travelplan, Latitudes, Iberrail, Touring Club, Welcome Beds y Welcome Incoming Service, además de otras compañías.

Emilio Rivas, hasta ahora director general de Welcome Incoming Services, la división receptiva del grupo, comenzó a trabajar en Globalia en julio de 2010. Con anterioridad fue subdirector general de la división receptiva del grupo italiano Alpitour, donde permaneció desde enero de 1998 hasta su incorporación a Globalia.

Luis Mata, que ha estado al frente de Travelplan durante los últimos 3 años como director general, ha declinado el ofrecimiento de Hidalgo para ocupar otros cargos de dirección en el grupo y ha decidido emprender nuevos proyectos después de casi 20 años en Globalia.

“La evolución de la industria turística ha ido creando diversos puntos de encuentro entre las áreas de negocio que originalmente eran propias de la turoperación o del receptivo. Ha llegado un momento en que el Incoming, a través de su banco de camas y servicios, y el turoperador, con sus paquetes, compiten por el mismo cliente”, explica Emilio Rivas. “Por eso Globalia ha decidido gestionar ambas ramas de negocio bajo una dirección general común”.



Emilio Rivas, nuevo director general de Globalia

Nuevos proveedores en Marzo 2013



* *Durante el mes de marzo, Quelónea y Jolidey se han incorporado al sistema Login Único, que ofrece acceso directo a 159 sistemas de reservas para Agencias de Viajes sin necesidad de utilizar claves.*

Quelónea es la marca perteneciente al Grupo Barceló donde encontrar las últimas tendencias en viajes y los destinos preferidos del viajero español. Cuenta con una atractiva oferta que abarca todo tipo de viajes en línea regular con cupos y charter. Como principales destinos ofrece Caribe (Punta Cana, Cancún y Varadero) con vuelos propios, Túnez, Turquía y en breve incorporará muchos más productos entre los que destacan Baleares y Canarias.

Jolidey es la marca low cost del grupo, que se adapta al ritmo viajero actual. Por precio, calidad y flexibilidad, ofrece los mejores planes para disfrutar del ocio, vacaciones, puentes, escapadas. Coincidiendo en muchos de sus destinos con Quelónea.

Login Único es el sistema global de Administración de usuarios, gestión de opciones y acceso centralizado de **Pipeline Software**. Entre otras opciones, permite crear menús personalizados para cada usuario y gestionar los accesos a las diversas opciones, además de generar estadísticas de utilización.

Login Único también **permite acceder directamente a 159 sistemas de reservas** profesionales sin necesidad de introducir claves cada vez, con el consiguiente **ahorro de tiempo y eliminación de errores**. Los Grupos de gestión y los responsables de cada agencia deciden los proveedores con los que debe trabajar cada agente. Sólo los usuarios autorizados tienen acceso a las claves y todos los accesos son registrados, con lo que **mejora la seguridad de la agencia**, especialmente cuando se utiliza en combinación con los mecanismos de acceso avanzados mediante DNle, firma electrónica avanzada o Clauer.



OMT prevé que el turismo internacional crecerá entre un 2 y un 4% en 2013

La **Organización Mundial del Turismo (OMT)** prevé que el turismo mundial continuará creciendo en el 2013 con un porcentaje “moderado”, que se moverá en la horquilla de entre un 2 y un 4 %, tras superarse en diciembre del 2012 la cifra de mil millones.

Así mismo, la **OMT**, mantiene las previsiones de cierre del 2012 con un aumento del número de turistas internacio-

nales de entre un 3 y un 4%, manteniendo la línea creciente de los últimos años de incrementarse constantemente por encima del 3%.

Según la **OMT** los países que más han crecido significativamente a finales de noviembre, son China (17%), Estados Unidos (8%), Alemania (7%), Francia (5%) y Reino Unido (4%). En el caso de España el incremento se sitúa en torno al 1%.