

Historia de un sueño

Hace 36 años que Mundicolor iniciaba su camino. Desde entonces han sido millones los viajes diseñados, y los esfuerzos y las horas de trabajo invertidas con la clara vocación de ofrecer siempre el mejor servicio. Este recién estrenado 2006 es un año de cambio para Mundicolor, porque en él se está forjando una nueva estrategia con la determinación de colocar a Mundicolor en el lugar que le corresponde



Nueva sede: Edificio Pórtico. Avda. de los Andes esquina Mahonía, nº 2 4ª planta.
Tfno.: 91 456 86 86 www.mundicolor.es

Todo el equipo humano de Mundicolor, liderado por Julio Carrillo, tiene como objetivo en este 2006 conseguir las metas más altas para el touroperador con más historia en el panorama del sector viajes



Fitur va a ser el escenario en el que Mundicolor dará el 'pistoletazo' de salida a la presentación a todos los profesionales del sector de sus novedades para la nueva temporada y de los proyectos más destacados que desarrollará a lo largo de 2006.

La novedad más importante que se comunicará en Fitur es la presentación de la nueva imagen corporativa de Mundicolor, así como de los nuevos destinos y productos que van a suponer una sorpresa.

Durante muchos años en la historia del turismo en España, Mundicolor ha sido contemplado como el nombre de referencia y el líder en el mercado de viajes. Todavía son muchas las personas que recuerdan los autobuses rojos que prometían viajes a destinos a los que muy pocos españoles podían trasladarse, y con los que soñaban camino de sus trabajos. Estos destinos dejaron de ser simples anhelos gracias al esfuerzo de empresas como Mundicolor, que se preocuparon por acercar aquellos lugares paradisíacos y por hacerlos accesibles al turista español.

Al ser uno de los pioneros en la generalización de los viajes, Mundicolor quiere aprovechar su importante experiencia para adelantarse, como entonces, a los sueños de miles de clientes, de todos los que una o dos veces al año son capaces de viajar y olvidarse del día a día. Para continuar siendo un referente en un mercado cada vez más competitivo cuenta con las mejores recetas: la experiencia, la creatividad, el capital humano y una marca registrada en la memoria de todos.



Fitur 2006. Pabellón 8 Stand C 302



Al servicio del cliente

La política comercial de Mundicolor en esta nueva etapa se basa en su compromiso con el cliente, para prestarle el mejor servicio y ofrecerle un atractivo abanico de destinos a los que viajar en las mejores condiciones.



Servicio y producto conforman el binomio que guía el esfuerzo de Mundicolor. “Cada vez que se contrata un viaje con Mundicolor haremos todo lo posible para que el cliente lo recuerde con la misma ilusión con la que lo ha preparado”, enfatiza Javier Gómez Oliver, nuevo director comercial.

El esfuerzo en producto tiene una doble cara. Por un lado, además de la amplia oferta de viajes habitual, potenciamos el rasgo de multipro-

VIAJES DE NOVIOS

La entrada de Dimensiones permite a Mundicolor incluir dentro de la, ya de por sí extensa línea de producto, los viajes de novios para 2006.

ducto relanzando el Talonario Hotel Color –que ofrece valores añadidos inalcanzables para otros competidores– y la central de reservas de hoteles con el fin de que la agencia de viajes cuente con el abanico más completo de posibilidades. Por otro lado, se incide al máximo en la personalización para hacer posible el confeccionar cada viaje a la medida de las necesidades del cliente de la agencia.

La reciente adquisición de la ma-

yorista Dimensiones contribuye a reforzar aún más el producto de Larga Distancia de Mundicolor, con destinos como India o Nepal, y complementa la actual gama de producto, que abarca, entre otros: Etiopía, Senegal, Islas Célebes, Islas Cook e Islas Fiji.

Además, la incorporación de Dimensiones permite a Mundicolor incluir a su ya de por sí extensa línea de producto los viajes de novios para la temporada 2006.



Mundicolor amplía en 2006 su catálogo de producto con los viajes de novios y destinos exóticos de larga distancia gracias a la incorporación de Dimensiones

Lo esencial son las agencias de viaje

Los cambios de la nueva política comercial de Mundicolor que ahora se presentan rotan sobre el eje de las minoristas



La estrategia comercial de Mundicolor implica el empeño en hacer cada día más rentable para las agencias de viajes la venta de su producto. Según Laura Duclos, adjunta a la dirección comercial, “los acuerdos con nuestros clientes van a ser más flexibles y atractivos, y les van a permitir alcanzar rentabilidades superiores a las conseguidas hasta ahora”. La guía de acciones comerciales viene de la mano del conocimiento de los clientes, las agencias de viajes que, como expertos comerciales, son la “piedra angular” del éxito en la nueva etapa.

Mundicolor dimensiona su equipo comercial con el objetivo prioritario de estar constantemente al tanto de las necesidades de las agencias, y así poder ofrecerles en todo momento el producto y el servicio que requieran. Para ello, las delegaciones territoriales de Mundicolor se convierten en actores principales de este cometido, comprometiéndose a dar el mejor servicio día a día.

TECNOLOGÍA ÚTIL

“La implementación de soluciones tecnológicas, siempre teniendo presente su usabilidad por parte del agente de viajes, es una de nuestras prioridades” señala Raúl de Salazar, director de Marketing.



Además, Mundicolor está trabajando para dotarse de todos los medios que posibiliten que la venta de sus productos por parte de las agencias de viajes se realice del modo más sencillo posible.

Se han ultimado los detalles de la nueva línea que seguirán los folletos de 2006 con el objetivo de hacer su utilización más sencilla tanto para las agencias de viajes como para sus clientes.

Todos los *call centers* se redimensionan de manera que cada centro estará preparado para dar un servicio óptimo y especializado por lí-

neas de producto, facilitando la tarea de las agencias de viajes en aquellos momentos en los que más lo necesite, prestando especial atención a la venta estacional.

En su afán de adaptación tecnológica, la mejora en las reservas *online* es uno de los objetivos fundamentales de la nueva era de Mundicolor, que ha iniciado un proceso de modernización de su web para incorporar progresivamente a ella toda su oferta. “Estamos destinando todos los recursos necesarios para su pronta consecución”, aseguran desde la mayorista. ■



Compromiso con los proveedores

El objetivo de Mundicolor de ofrecer viajes de calidad pasa necesariamente por realizar una contratación cada vez más especializada



La búsqueda de una contratación especializada ha obligado a la estructuración de los departamentos de contratación y producto de Mundicolor, de forma que el conocimiento preciso de cada destino facilite esa especialización. Esto se traduce en acuerdos con oficinas de turismo para potenciar el conocimiento de los destinos por parte de los agentes de viajes y para lograr la venta en exclusiva de determinados destinos.

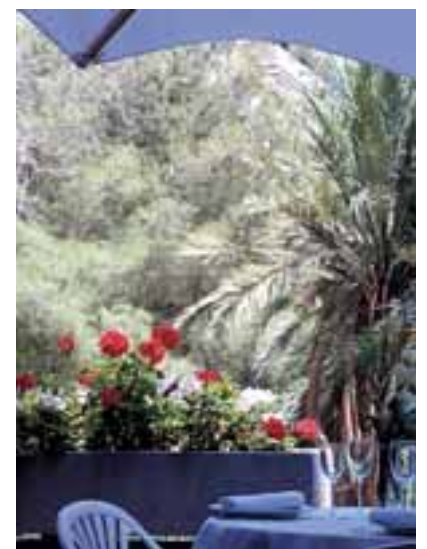
La selección de proveedores prioritarios está ligada a los requisitos de calidad, diversidad y seguridad, que son las claves del compromiso de Mundicolor con sus clientes. Para ello, la contratación aérea se realiza con las compañías más prestigiosas, líderes en sus mercados, que cuentan con la mayor amplitud de frecuencias y destinos.

Para Mundicolor, el producto es el resultado de la suma de varios ingredientes: calidad, comodidad y seguridad para sus clientes, así como una extensa variedad de destinos y proveedores.

La contratación hotelera abarca una amplia oferta: desde el pequeño hotel con encanto hasta los más lu-

ESTRATEGIA DE CALIDAD

La selección de proveedores prioritarios está ligada a los requisitos de calidad, diversidad y seguridad, claves de la estrategia de Mundicolor.



josos resorts del mundo, pasando por diferentes balnearios, casas rurales, y hoteles de ciudad y de costa.

La elaboración de la oferta de producto está determinada por el conocimiento específico de los destinos, lo que convierte a Mundicolor en un auténtico especialista capaz de cubrir el aba-

nico más amplio de posibilidades para sus clientes, de modo que no sólo se cumplan sus expectativas cuando contratan Mundicolor, sino que las vean superadas al hallar una experiencia memorable. Todo proveedor que comparta este objetivo es para Mundicolor un *partner* preferente. ■

Dimensiones se une al equipo

Mundicolor anunció a finales de diciembre la firma de un acuerdo por el que se hacía cargo de la actividad mayorista de Viajes Dimensiones S.L. con fecha efectiva del 1 de enero de 2006.

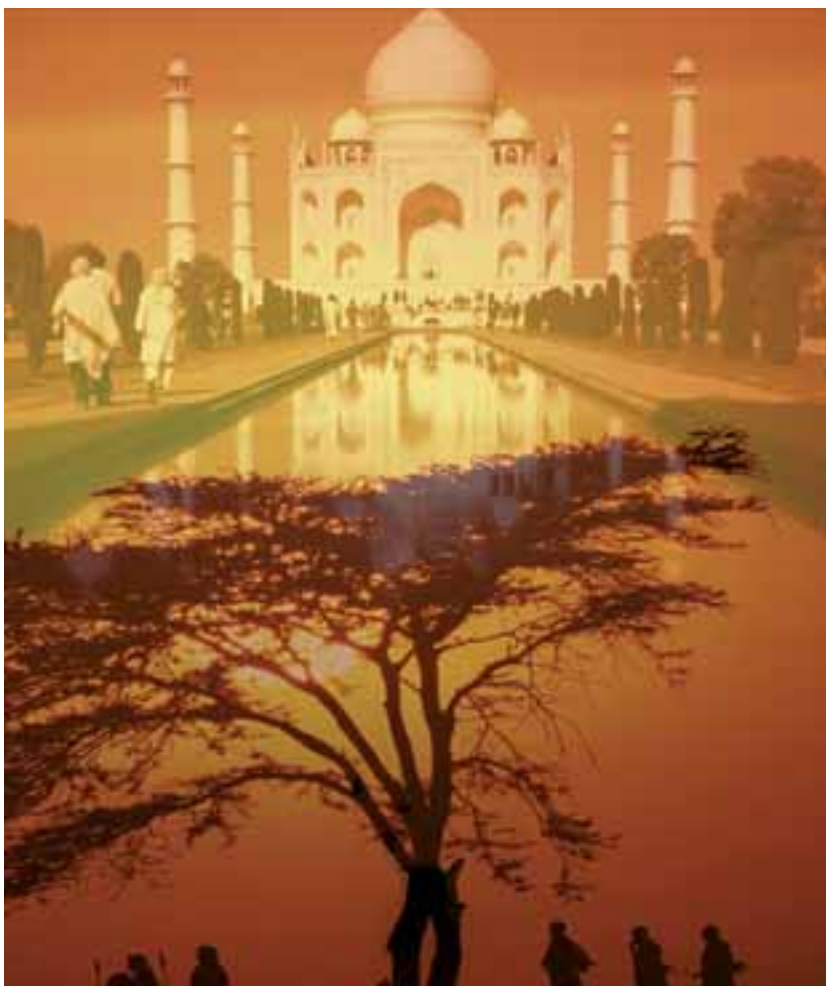
El touroperador adquiere de esta forma el fondo de comercio y la marca (incluyendo los dominios web) de Viajes Dimensiones. Igualmente se incorpora a Mundicolor el personal de Dimensiones. Esta compra se enmarca en el objetivo de Mundicolor de volver a ser el touroperador número uno del mercado nacional, apostando por potenciar el producto de larga distancia.

Al frente de esta línea de producto de Mundicolor –pese a que en una primera fase se mantendrá la marca Dimensiones en el mercado para operar este producto– se incorpora como máximo responsable Fernando Rodríguez, que asume este nuevo cargo tras haber ocupado anteriormente la subdirección general de Dimensiones.

Fundada en 1988, Dimensiones mueve una media de entre 6.000 y 7.000 viajeros. Adquirida por Ebookers en 2000, en marzo de 2005 la mayorista pasó al Grupo Cendant al comprar éste el portal Ebookers.

APOYO DE LOS SOCIOS

“Queremos destacar el apoyo y colaboración permanente de nuestros socios/proveedores que han sido y son parte de Mundicolor. Y gracias a ellos hemos conseguido colmar las expectativas de nuestros clientes”.



OPINIONES

“HUSA HOTELES Y MUNDICOLOR mantienen en los últimos años una estrecha relación comercial. Para Husa Hoteles, Mundicolor es un socio estratégico ya que su posicionamiento en el mercado internacional es sólido y, por tanto, es un proveedor de clientela internacional muy importante para la cadena. En 2006 Husa Hoteles ha apostado por apoyar cualquier iniciativa de Mundicolor, incorporándolo al grupo de clientes preferentes debido, en buena medida, al servicio y a la calidad en todas y cada una de las gestiones realizadas hasta ahora entre Husa Hoteles y Mundicolor”.



*Manuel Butler Halter
Director general comercial y de Marketing
de Husa Hoteles*

“GRUPO STAR Y MUNDICOLOR

son socios comerciales que colaboran en una estrecha relación con el fin de obtener los mejores resultados y beneficios comunes. Para nuestro grupo de Agencias Mundicolor es, ha sido y será un touroperador clave debido a su calidad en el servicio, variedad en la oferta de producto y reconocimiento en nuestros clientes. Quien pide Mundicolor está asegurando un viaje de calidad sin sorpresas de última hora y con una relación calidad-precio insuperable. Y para nosotros, los agentes de viajes, es primordial poder contar con la seguridad de poner a tus clientes en manos del mejor. Para 2006 muchos son los proyectos que tenemos en marcha y esperamos que sea un año fructífero que afiance aún más nuestras relaciones como socios comerciales”.



*Agustín Lamana
Consejero delegado Grupo Star Viajes*

Nuevo equipo directivo de Mundicolor



JULIO CARRILLO
DIRECTOR GENERAL DE TIEMPO LIBRE/MUNDICOLOR

Julio Carrillo ha sido nombrado director general de Mundicolor. Técnico Industrial y diplomado en Dirección y Administración de Empresas por el IESE, Carrillo tiene una dilatada experiencia en el sector turístico, donde ha ocupado cargos de alta dirección en empresas como Iberotravel, Mundosocial, Mundoviaje, Softour y Pullmantur. Julio Carrillo liderará el proyecto de consolidar a Tiempo Libre/Mundicolor como la primera touroperadora española, haciendo especial hincapié en las relaciones con las agencias de viajes y proveedores, la introducción de nuevos productos y el desarrollo de nuevas tecnologías.

Área comercial

JAVIER GÓMEZ OLIVER
DIRECTOR COMERCIAL DE MUNDICOLOR



El nombramiento de Javier Gómez Oliver responde a la estrategia de Mundicolor de potenciar al máximo la actividad comercial y de marketing de la compañía.

Javier Gómez Oliver es economista y ha ocupado en su trayectoria profesional puestos de responsabilidad en empresas del sector turístico como Atesa, Europcar y NH Hoteles, siempre en el área de Marketing y Ventas.

Con este nombramiento, Gómez Oliver pasa a ser el responsable de la estrategia comercial de la compañía, teniendo como objetivo principal potenciar al máximo las relaciones con las agencias de viajes. También se ocupará del desarrollo del área de Marketing y Publicidad.

LAURA DUCLÓS
ADJUNTA AL DIRECTOR COMERCIAL



Laura Duclós es licenciada en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Complutense de Madrid y Master en Dirección en Marketing y Ventas en ESIC. Ha desarrollado su carrera profesional en Air Europa

como jefe de Ventas Nacional y en Meliatur como directora comercial. Desde la primavera de 2004 ocupaba en Mundicolor la dirección de la Delegación Centro y la de Contratación Aérea.

RAÚL DE SALAZAR
DIRECTOR DE MARKETING



Raúl de Salazar, licenciado en Derecho y Economía, inició su carrera profesional en 1999 en Barceló Viajes como adjunto a la Dirección Regional Centro. Posteriormente, y tras su paso como director comercial y de

Marketing en sleepinspain.com, entró a formar parte en 2003 de Bancotel como director de e-commerce.

Área de producto

Islas • Península • Nieve • Europa • Larga Distancia

MIGUEL MARTÍNEZ LLAMAS
DIRECTOR GENERAL DE PRODUCTO

Técnico en Empresas y Actividades Turísticas, posee una dilatada experiencia de más de 20 años en el área mayorista. Ocupó distintos cargos de dirección en Juliatur, con responsabilidades en las áreas Comercial y de Producto.

JOSÉ ARANDA ESTEPA
SUBDIRECTOR GENERAL DE PRODUCTO /
DIRECTOR DE CONTRATACIÓN AÉREA

Sus primeros años dentro del sector los compaginó con sus estudios de Empresariales con sus primeros años dentro del sector. Ha desarrollado sus 30 años de experiencia dentro de Viajes El Corte Inglés, donde ocupó distintos cargos técnicos y comerciales, destacando, entre otros, el Departamento de Incentivos y el Departamento de Congresos. Durante 13 años fue responsable de la mayorista del grupo, Tourmundial, y los últimos 6 años ejerció como director regional de Canarias.

FERNANDO MARDONES GÓMEZ
DIRECTOR DE PRODUCTO MEDIAS DISTANCIAS

Licenciado en Geografía e Historia, lleva 20 años dentro del sector, con una amplia experiencia en apertura y desarrollo de oficinas en diferentes países. Está especializado en la creación, operación y comercialización de productos receptivos, al igual que en la contratación y administración. Su dilatada trayectoria la realizó en Viajes Universal, Club Alliance y Julia Tours.

DANIEL NÚÑEZ GARCÍA
DIRECTOR DE PRODUCTO
ISLAS/PENÍNSULA/MONTAÑA/NIEVE

Mientras estudiaba Turismo, ejerció como guía-residente en Gandía y Marbella hasta que en el año 1969 se graduó como técnico en Empresas Turísticas y se incorporó a Club de Vacaciones para ser delegado en Ibiza. Desde 1972 hasta la fecha ha desarrollado varios puestos de dirección dentro de Club Tiempo Libre/Mundicolor, concretamente en el departamento de Grandes Viajes, como delegado de Mundicolor en Barcelona, en la Dirección de Programación, y como director de Club Tiempo Libre y Largo Recorrido en Madrid.

FERNANDO RODRÍGUEZ BANDA
DIRECTOR DE PRODUCTO LARGAS DISTANCIAS

Técnico de Empresas y Actividades Turísticas, cuenta con una experiencia de más de 25 años en puestos de responsabilidad dentro del sector, siempre referidos a destinos de Largas Distancias. Fue jefe de Operaciones Especiales y Asia en Omvesa; se responsabilizó de un área comercial en Catai Tours y es cofundador de Dimensiones, donde ocupa el cargo de subdirector general con responsabilidad sobre el Producto.

JOSÉ ÁNGEL PEREA ARMENTEROS
DIRECTOR DE PRODUCTO
HOTELCOLOR/MUNDIHOTEL

Técnico de Empresas y Actividades Turísticas, tiene una trayectoria profesional de 30 años. Comenzó como director de dos hoteles en Gran Canaria, donde desde 1981 ejerció como jefe de guías y jefe de la oficina del sur de Gran Canaria para Mundicolor. En 1990 se responsabilizó de la contratación hotelera nacional de los productos de la misma mayorista.