

Selección entre diversos proveedores de vehículos



La compañía EasyCar ofrece exclusivamente en Internet y a los clientes finales y asociados su servicio de alquiler de coches en todo el mundo. Todos ellos pueden seleccionar en cada caso la mejor oferta entre múltiples proveedores de rent a car.

AFerry presenta varias alternativas por Europa



AFerry.es es un sistema integrador de trayectos en ferry en Europa, que permite, sólo al cliente final, comparar las características y los precios de las alternativas que ofrecen las diferentes compañías navieras y reservar en cualquiera de ellas.

Vehículos de alquiler en islas Baleares y Canarias



La página de Betacar ofrece a los agentes de viajes la posibilidad de reservar con confirmación inmediata una amplia gama de coches de alquiler en las múltiples oficinas que dispone la empresa en todas las islas de Canarias y Baleares.

Información sobre los autobuses en Madrid



La Empresa Municipal de Transportes de Madrid ofrece en su página en Internet una completa información sobre la compañía y sus servicios de transporte urbano en la capital, incluyendo un amplio conjunto de herramientas de ayuda al usuario.



El sistema de fidelización de Alsa cuenta con 370.000 miembros.

Nuevo programa de fidelización de clientes para el operador Alsa

Daemon Quest, firma de consultoría estratégica, especialista en marketing, ventas y clientes, ha firmado un nuevo proyecto con el operador español de transporte de viajeros por carretera Alsa. Alsa ha depositado su confianza en Daemon Quest para desarrollar un diagnóstico de su programa de fidelización de clientes Bus Plus.

El análisis descriptivo de perfil de los clientes Bus Plus.

Alsa instauró su programa de fidelización en el año 2004. En la actualidad cuenta con más de 370.000 miembros, la mayoría de ellos viajeros habituales, que disfrutan de las ventajas que les proporciona su adhesión al programa Bus Plus cada vez que utilizan los servicios de la compañía. En la actualidad, la compañía de transportes cuenta con una flota de 2.300 autobuses y más de 200 millones de viajeros al año.

Entre algunas de las acciones dentro del plan se encuentra analizar el alineamiento entre el actual programa Bus Plus y los objetivos de la compañía y desarrol-

Almeida Viajes lanza la marca LGTB Dreams y un nuevo 'portal' en la Red

Las agencias ofrecerán 'paquetes' específicos para este segmento

LGTB Dreams es la nueva marca de Almeida Viajes. 'Paquetes' turísticos específicos para el colectivo de lesbianas, gays, transexuales y bisexuales (LGTB), que

podrán también visitar su nuevo 'portal' en Internet www.lgtbdreams.com. La agencia de viajes también cuenta con una página en Facebook para esta nueva línea.

Almeida Viajes ha renovado su producto para el colectivo lesbianas, gays, transexuales y bisexuales (LGTB) con una nueva marca LGTB Dreams y la web www.lgtbdreams.com. De esta forma el grupo de agencias de viajes apuesta por este segmento de Turismo, cada vez más desarrollado, diseñando 'paquetes' que cubren sus necesidades, bajo el lema 'viajes de ensueño a todo color'.

LGTB Dreams nace para dar respuesta a un colectivo que busca información, orientación y ofertas específicas sobre 'viajes rosas'. Como explica su directora general, Inmaculada Almeida, "nuestro propósito es concentrar toda la información disponible, acercarla y compartirla, y crear 'paquetes' específicos, dirigidos a la comunidad LGTB en destinos abiertos a la diversidad donde puedan reunirse y compartir con personas de su mis-



La nueva página está abierta a todos los usuarios para que sea dinámica.

ma orientación su tiempo de ocio". Todos los interesados en este producto pueden acudir a cualquiera de las agencias Almeida para conocerlos. Igualmente, la nueva web está abierta a todos los usuarios para que

la información sobre los destinos sea dinámica y "todos puedan hacer sugerencias y aportar ideas", explican desde el grupo. De hecho, LGTB Dreams también cuenta con una página en Facebook.

La Junta está 'encantada y agobiada' con la respuesta del Sector con la comunidad turística

La comunidad no es sólo una 'web', sino que requiere aplicaciones tecnológicas

La secretaria general técnica de la Consejería de Turismo, Comercio y Deportes de la Junta de Andalucía, Montserrat Reyes, ha admitido que el Ejecutivo andaluz está "encantado" con la respuesta del Sector Turístico de la región con la comunidad turística de Andalucía, presentada la pasada a principios de octubre. Así, ha señalado, que en poco más de una semana se está dando respuesta a la petición de colaboración y compromiso del sector privado.



Andalucía Lab ya está realizando auditorías y prestando apoyo formativo.

"Ha sido un reto, no paramos de recibir peticiones", ha confesado Reyes, al tiempo que ha subrayado como determinados colectivos como los centros de iniciativas turísticas o los grupos de desarrollo rural se han dirigido a esta plataforma. De esta forma, ha anunciado que se va a crear una estructura "que permitirá iniciar los pasos para incorporar al máximo de empresarios posibles".

Reyes ha admitido que están "agobiados" por querer dar una respuesta "rápida y eficaz" a todas las peticiones "y dar el nivel". En la comunidad turística, la secretaria general técnica de la Consejería de Turismo, Comercio y Deportes ha destacado el papel del Laboratorio de Inteligencia Turística, Andalucía Lab, que ya está dando cobertura, haciendo auditorías y prestando apoyo formativo al sector.

En este punto, ha informado de que muchas de las empresas que han solicitado la incorporación en la comunidad turística "necesitan adaptaciones en la implantación de las innovaciones porque no es sólo una página web, sino que se necesitan aplicaciones tecnológicas". Esta carencia se encuentra fundamentalmente en las pequeñas y medianas empresas.



La web recoge todos los acontecimientos gastronómicos a nivel nacional.

La FEHR lanza una 'web' para eventos gastronómicos del país

La Federación Española de Hostelería (FEHR) y Saborea España han creado una agenda online www.agendagastronomica.com que reúne "todos los acontecimientos gastronómicos que se realicen a nivel nacional a lo largo del año". Como explica el secretario general de la FEHR, Emilio Gallego, esta plataforma está abierta para que los organizadores de eventos y catas "puedan anun-

ciar cualquier acontecimiento", en un intento de "ponerlos en valor". La nueva página web está dividida en tres secciones perfectamente diferenciadas: catas de vino, aceite o de cualquier otro producto, recetas, donde los cocineros podrán compartir sus conocimientos y promocionar así sus restaurantes, y opiniones, con artículos relacionados con las celebraciones gastronómicas.