[ÓSCAR SANZ]
Director comercial de Mapa Tours

1. Nuestras expectativas para este nuevo año que acaba de comenzar son muy buenas por varios motivos. El primero de ellos es que hemos cerrado 2018 con el mejor resultado de nuestra historia: 158 millones de euros en ventas en Grupo Mapa, que supone un aumento del 6% con respecto a 2017. Este dato nos impulsa a seguir trabajando en esta línea, con mucho más entusiasmo y dedicación.

Por otro lado, los países del Mediterráneo, por los que hacemos una gran apuesta, están experimentando una gran recuperación tanto económica como turística y esto se traduce en un notable incremento en ventas hacia estos destinos. Concretamente, en 2018 registramos un incremento medio de más del 200% en número de pasajeros hacia destinos como Egipto, Túnez, Turquía, Jordania y Marruecos. Siempre han sido destinos habituales de Mapa Tours y estamos preparando una programación acorde a los riesgos que asumimos en vuelos especiales o regulares –con salidas garantizadas–. Además, contamos con nuestro propio barco en el río Nilo, el *Nile Premium* 5 estrellas Gran Lujo.

Esperamos continuar registrando datos muy positivos en nuestros productos más novedosos, como "Mapa Mundi", nuestra división de larga distancia, que no ha parado de crecer en los últimos meses tanto en incorporación de nuevos destinos y ampliación de la programación como en ventas; nuestro producto para mayores de 60 años, "Mapa Senior +60"; y Mapa Dinamics, que aunque lleva más tiempo en el mercado, en 2018 ha registrado récord de utilización por los agentes a través de la aplicación www.mapadinamics.com.

2. Como cada año, con el objetivo de seguir ofreciendo un servicio de calidad a las agencias y, en definitiva, a nuestros clientes, seguiremos ampliando nuestra programación en los destinos en los que ya operamos e incorporaremos algunos nuevos para seguir disponiendo de una oferta diversificada. Además, en Fitur presentaremos nuestros nuevos folletos para verano de 2019, con varias novedades. Egipto, en concreto, volverá a tener el protagonismo especial que ya tenía en Mapa Tours, con importantes novedades como publicar de nuevo un monográfico del país y la programación de vuelos especiales desde diferentes provincias españolas en fechas destacadas, que se

suman a la operativa habitual desde Madrid y Barcelona. Egipto será uno de nuestros destinos estrella.

3. Fitur es un gran referente en el sector a nivel mundial y cada año se supera en número de visitantes (nacionales e internacionales). Solo el año pasado recibió más de 250.000 visitantes de público general y más de 140.000 profesionales de 165 países.

Estos datos tan positivos representan para España un incremento de la relevancia en la organización de este tipo de eventos y un fuerte impulso económico. En definitiva, Fitur nos sitúa en el epicentro de la industria mundial.

[MARCOS MELLADO]
Director de Ventas de Meliá Castilla

1. Afrontamos el 2019 con mucha ilusión gracias al volumen de negocio MICE que hemos construido a lo largo de 2018 y que junto con los congresos internacionales que alberga la ciudad, nos permite iniciar el año con un porcentaje de ocupación consolidado total del hotel que supera el 50% y con una expectativa de ocupación para 2019 que rondará el 72%, junto a un incremento del precio medio que superará las dos cifras.

2. A comienzos de este año lanzaremos el nuevo producto The Level, que supondrá una evolución del ya existente y exitoso modelo The Level que el Meliá Castilla ha sido capaz de gestionar en los últimos años con índices de satisfacción por parte de clientes por encima del 93%. Nuestro actual The Level consta de un nuevo lobby de 450m2 y 84 habitaciones que han sido terminadas recientemente y cuyo objetivo es de alcanzar las 120 unidades en los próximos dos años. Seguiremos ampliando el inventario de habitaciones nuevas, Deluxe y Supreme, pudiendo alcanzar las 500 unidades para finales de este verano a la vez que habilitaremos dos nuevos espacios para incrementar nuestra oferta de salas de reuniones.

> **"Afrontamos el 2019 con mucha ilusión gracias al volumen de negocio MICE que hemos construido"**
> ***Marcos Mellado***

3. Fitur es un referente en el panorama turístico nacional como punto de encuentro del sector con sus principales socios internacionales. Es una parada en el camino para tomar el pulso de la industria, compartir sensaciones y conocimiento.

De hecho, Fitur, está en un constante proceso de innovación y creación de valor para sus expositores como visitantes profesionales y público en general como por ejemplo la creación de Fitur Next o la segmentación que ha realizado de la propia feria en el tratamiento más especializado de sus diferentes secciones.

[ANA DUEÑAS]
Directora general de ERV España

1. Emprendemos el año 2019 con la satisfacción del trabajo realizado en el ejercicio 2018. Ha sido un buen año para nuestra compañía, que ha registrado durante todo el ejercicio un crecimiento en los distintos segmentos de negocio; principalmente de nuestros productos vacacionales, pero también los dirigidos a colectivos como empresas, entidades públicas u ONG´s. Nos sentimos muy satisfechos por haber alcanzado los objetivos que nos habíamos marcado al comienzo de 2018, culminando, además, importantes proyectos estratégicos a nivel local e internacional. En 2019 esperamos seguir trabajando en esta línea, persiguiendo mejorar el crecimiento de nuestro volumen de negocio, nuestra cartera de clientes, y consiguiendo la mayor satisfacción de estos, adaptando nuestros productos a sus necesidades, y ofreciéndoles las mejores coberturas y servicios, como referentes especialistas en el mercado.

2. Nuestro objetivo es continuar siendo creativos, flexibles, e innovadores. Lo haremos creando nuevas soluciones para desplazamientos vacacionales y de negocios, que junto con novedades en nuestros servicios y herramientas, completarán la mejor oferta para nuestros colaboradores y clientes. En el aspecto comercial, apostaremos por continuar siendo la compañía especialista en seguros de viaje del mercado, ofreciendo soluciones globales para que nuestros partners, las agencias de viajes, dispongan del mejor abanico de recursos para sus necesidades. Además, desarrollaremos un importante plan de formación para agentes, centrado en nuevas soluciones y servicios, apostando por la digitalización e innovación de nuestros productos y herramientas.

3. Fitur, sin duda, es un evento imprescindible donde conocer las novedades que ofrece el mercado turístico nacional e internacional, y la evolución de las actividades relacionadas con nuestro sector. Visitar nuestra feria internacional de turismo se hace indispensable para estar al día de las nuevas tendencias del mercado y de las novedades que proveedores y destinos turísticos ofertan cada año.