

ACTUALIDAD | NEWS

P2

Baleares *The Balearic islands*

- Destino internacional estrella según el ICT
- *International star destination according to the Costa Rica Institute of Tourism (ICT)*



NUESTRO PRODUCTO | OUR PRODUCT

P4

Jumbo Tours en la ITB *Jumbo Tours at ITB*

- Refuerza su visibilidad en la feria que se celebrará entre el 6 y el 10 de marzo
- *Strengthening its visibility at the trade fair to be held from 6th to 10th March*



ITB
BFRI IN

COMERCIAL | COMMERCIAL

P7

Destinos preferidos en Latinoamérica *Most popular destinations in Latin America*

- Los españoles optan por 5 países como principales opciones
- *Spaniards select 5 countries as their first choices*



P3

ACTUALIDAD | NEWS

Nuevos contratos, estrategias de venta y acuerdos con tour operadores aseguran el desarrollo de la compañía en ese mercado

Jumbo Tours refuerza su distribución en Brasil

Jumbo Tours reinforces its channels of distribution in Brazil

New contracts, sales strategies and agreements with tour operators ensure the development of the company in this market

La llegada de Jumbo Tours al mercado brasileño como parte del plan de expansión del grupo está superando las expectativas gracias a nuevos contratos, estrategias de venta y los acuerdos alcanzados con los tours operadores principales que aseguran el desarrollo de la compañía en ese país. Para ello cuenta con la incorporación de Natalie Vidal, reconocida profesional.

Jumbo Tours está trabajando con los distribuidores online a través de Jumbonline además de establecer contratos con los tours operadores principales y adecuar todos los servicios del grupo a las necesidades del sector turístico brasileño.



The arrival of Jumbo Tours to the Brazilian market as part of the group's expansion plan is exceeding expectations thanks to new contracts, sales strategies and the agreements reached with the main tour operators that ensure the development of the company in this country. For this, she has the addition of Natalie Vidal, a renowned professional.

Jumbo Tours is working with online distributors through Jumbonline as well as establishing contracts with the main tour operators and adapting all the group's services to the needs of the Brazilian tourism sector.

COMERCIAL | COMMERCIAL

P5

Workshop Mallorca / *Mallorca Workshop*

Más de 100 clientes en el VI Preferred Partner

Más de 100 clientes participaron en el VI Preferred Partner Workshop organizado por Jumbo Tours. Los miembros del equipo comercial, responsables de destinos y producto, touroperadores y wholesalers venidos de diferentes países disfrutaron durante cuatro días de actividades para conocer el entorno de la isla de Mallorca, el escenario que sirvió de acercamiento entre los principales actores del mercado turístico internacional y los integrantes de la empresa.

More than 100 clients attend VI Preferred Partner

More than 100 clients took part in the VI Preferred Partner Workshop organised by Jumbo Tours. The sales team, destinations and product managers, tour operators and wholesalers who came from different countries enjoyed four days of activities during which they familiarized themselves with the island of Mallorca, the setting that brought the main players in international tourism and company employees together.

CIFRAS | FIGURES

P5

Top destinos Semana Santa *Top destinations Easter Week*

- Las playas se suman a las grandes capitales europeas en las preferencias de los usuarios para las vacaciones de abril
- *Beaches join the big European capitals among preferences for the April holidays*

- 1 London
- 2 Paris
- 3 Benidorm
- 4 Roma
- 5 Hurgada



NOSOTROS | ABOUT US

P8

Directorio *Directory*

- Con nuevas delegaciones comerciales
- *Including our new commercial offices*



Quinto sello azul para Alpitour

Fifth blue seal of approval for Alpitour

Está considerado el mejor operador turístico de Italia

Considered the best tour operator in Italy

El Instituto Alemán de Calidad y Finanzas ha vuelto a reconocer a Alpitour como mejor operador turístico de Italia, renovando así por quinta vez un reconocimiento que la compañía ha obtenido desde la primera edición. Este quinto sello azul confirma la excelencia del grupo, que trabaja año tras año por la calidad de sus productos y servicios.

Aunque Alpitour se ha mantenido durante este tiempo siempre en la primera posición, este año ha mejorado aún más su puntuación, que ha alcanzado el 87.5%. Por su parte, Francorosso se confirma como segunda mejor opción con un porcentaje del 86.2% en el ranking de operadores turísticos.

Entre los valores que están dando a Alpitour su posición predominante en el sector figuran la confiabilidad, la seriedad y la rápida asistencia al cliente, quien otorga gran valor a estos tres factores a la hora de contratar sus vacaciones.

The German Institute of Quality and Finance has once again recognised Alpitour as the best tour operator in Italy, renewing an award for the fifth year running and which has been given to the company since the start of the event. This fifth blue seal of approval reaffirms the group's excellence, as it works year after year to ensure high quality products and services.

Over the years, Alpitour has always maintained first place, but this year it improved its score even further, reaching 87.5%. Meanwhile, Francorosso has been confirmed as the second-best option, with an 86.2% percentage in the tour operator ranking system.

The values which put Alpitour in its predominant position within the sector include reliability, sincerity and prompt assistance to the clients, who place great value on these three factors when booking their holidays.

Baleares consolida su posición como destino estrella internacional

Balearic Islands consolidates its position as a star destination at an international level

La primera edición del Índice de Competitividad Turística (ICT) ha colocado a las Islas Baleares en la octava posición entre las 280 regiones con mayor atractivo turístico

The first edition of the Tourism Competitiveness Index (TCI) has placed the Balearic Islands in eighth position among the 280 most popular tourist regions



El objetivo era medir la competitividad turística de casi tres centenares de regiones repartidas entre África, Europa y Asia. Y el resultado deja en muy buen lugar a las islas Baleares, uno de los destinos más demandados por los clientes de Jumbo Tours, que ha alcanzado el octavo lugar del ranking. Es la conclusión de la primera edición del estudio del Índice de Competitividad Turística (ICT) realizado por la Fundación Impulsa Balears y la Agencia de Turismo de Baleares (AETIB), que analizó regiones de 38 países.

Una de las claves de los buenos resultados parece haber sido la recuperación del impuesto del turismo sostenible, una medida implantada hace ya tres años que ha permitido preservar el medio ambiente y el patrimonio cultural invirtiendo en estas áreas la recaudación. También ha

influido positivamente la seguridad que mantiene Baleares, la higiene de las islas, los buenos servicios sanitarios y la política de condicionantes turísticos, entre la que se incluye la reordenación del espacio turístico y los precios.

Además de Baleares, otras 12 comunidades autónomas de España han conseguido muy buenas valoraciones en el estudio de ICT. Entre ellas Andalucía, Cataluña, Madrid y Valencia, que figuran entre las diez primeras de la lista. De hecho, España lidera este ranking turístico, mostrando el peso que tiene el país en el sector. Entre los destinos fuera de nuestras fronteras que han logrado buenos puestos y también figuran en el top 10 se encuentran la Costa Azul francesa, la ciudad alemana de Berlín, Viena y otras dos regiones francesas: Languedoc-Rosellón e Isla de Francia.

The aim was to measure tourism competitiveness in almost three hundred regions spread across Africa, Europe and Asia. And the result shows the Balearic Islands in a very good position, being one of the most requested destinations by Jumbo Tours clients and reaching eighth place in the ranking. This is the conclusion reached by the first edition of the Tourism Competitiveness Index (TCI) study carried out by the Impulsa Balears Foundation and the Balearic Islands Tourism Agency (AETIB), which studied regions in 38 different countries.

One of the most significant factors behind the good results seems to have been the restoration of the sustainable tourism tax, a policy implemented three years ago that has allowed for the preservation of the environment and cultural heritage through investments. Other positive

influences have been the level of security maintained by the Balearic Islands, the health and hygiene on the islands, good health services and the tourist conditions policy, which includes the restructure of the resort and rates.

In addition to the Balearic Islands, 12 other autonomous communities within Spain also received very good ratings in the TCI study. These include Andalusia, Catalonia, Madrid and Valencia, which are all among the top ten on the list. In fact, Spain heads this tourism ranking, demonstrating the weight the country holds in the sector. Some of the destinations outside our borders that have obtained great rankings, and which also figure in the top 10, are the French Riviera, the German city of Berlin, Vienna and two other French regions: Languedoc-Roussillon and Île-de-France.

Jumbo Tours refuerza su distribución en Brasil de la mano de los principales tour operadores del país

Natalie Vidal, reconocida profesional del sector, se ha incorporado a la plantilla de la compañía para reforzar la operación

Jumbo Tours reinforces its distribution channels in Brazil with the help of the country's main tour operators

Natalie Vidal, a recognized professional in the sector, has joined the country's company's staff to strengthen the operation

La entrada de Jumbo Tours en el mercado brasileño como parte del plan de expansión del grupo está multiplicando las posibilidades de negocio de la compañía. Por eso Jumbo Tours ha reforzado su distribución en el mercado brasileño y para ello el grupo cuenta con la incorporación de la reconocida profesional, Natalie Vidal, quien se encuentra al frente de la estrategia de apertura estableciendo todos los contactos con los actuales clientes, y cerrando acuerdos con los principales distribuidores del país.

Con respecto a los distribuidores online, Jumbo Tours está trabajando en la oferta de todo el portafolio de servicios (hoteles, traslados y visitas) a través de Jumbonline, la plataforma de distribución exclusiva para wholesalers y bedbanks, con el fin de ofrecerles el amplio catálogo de hoteles del Grupo. Por otra parte, se están estableciendo acuerdos con los principales tours operadores, adaptando los servicios en destino a las necesidades del cliente brasileño. Precisamente en esos destinos Jumbo Tours se ha posicionado en primera línea gracias a una excelente estrategia en el sector en la que se han podido combinar la experiencia y la atención a la calidad, dando como resultado la satisfacción del cliente y su fidelidad al grupo. Son los destinos principales del Caribe, en concreto México, Cuba y República Dominicana, donde se ha efectuado una contratación específica para este importante mercado que puede reportar grandes beneficios.

No son las únicas estrategias emprendidas en el país brasileño, que cuenta con grandes posibilidades de negocio según los análisis de mercado realizados. También se ha invertido en la adecuación de todos los servicios del grupo, con el objetivo de ofrecer un producto

adaptado a las necesidades de este mercado. De igual forma, se está trabajando en los destinos europeos de mayor demanda del mercado brasileño, como son: Portugal, Francia, España e Italia, entre otros.

De esta forma, en la actualidad se encuentran en curso importantes negociaciones con los principales actores del país para incrementar los acuerdos y reforzar los lazos de conexión garantizando una posición estratégica en ese mercado y consolidando el plan de expansión del grupo que se inició con el fortalecimiento y la expansión de las marcas Jumbo Tours y Jumbonline en los países latinoamericanos, abriendo nuevos mercados y canales de distribución.



The entry of Jumbo Tours into the Brazilian market as part of the group's expansion plan is multiplying the company's business possibilities. That is why Jumbo Tours has reinforced its channels of distribution in the Brazilian market and for this the Group has made the addition to the staff of the renowned professional, Natalie Vidal, who is at the forefront of the opening strategy establishing all contacts with current customers, and closing agreements with the main distributors of the country.

With respect to online distributors, Jumbo Tours is working on the offer of the entire portfolio of services (hotels, transfers and visits) through Jumbonline, the exclusive

distribution platform for wholesalers and bedbanks, in order to offer them the wide catalogue of hotels in the Group. Apart from this, agreements are being established with the major tour operators, adapting the services in destination to the needs of the Brazilian client. It is precisely in these destinations that Jumbo Tours has positioned itself on the front line thanks to an excellent strategy in the sector in which they have been able to combine experience and attention to quality, resulting in customer satisfaction and loyalty to the group. This is the main destinations of the Caribbean, specifically Mexico, Cuba and the Dominican Republic, where specific contracting has taken place specially for this important market which can reap great benefits.

These are not the only strategies undertaken in Brazil, which has great business possibilities according to the market analysis carried out. Jumbo has also invested in the adaptation of all the services of the group, with the aim of offering a product adapted to the needs of this market. In the same way, work is being done on the European destinations with the greatest demand in the Brazilian market, being: Portugal, France, Spain and Italy, amongst others.

In this way, important negotiations are currently underway with the main players in the country to increase agreements and strengthen the connecting ties, guaranteeing a strategic position in the market and consolidating the expansion plan of the group that began with the strengthening and the expansion of the Jumbo Tours and Jumbonline brands in Latin American countries, opening new markets and distribution channels.

**Jumbo Tours
42 años de historia
en el sector turístico
internacional**

*Jumbo Tours
42 years of experience
in the International
Tourism sector*

Hace ahora 42 años que la Sociedad Jumbo Tours se constituía como tal con la denominación de JUMBO TOURS S.A. Desde aquella firma que tuvo lugar el 1 de febrero de 1977 en Palma de Mallorca, la sociedad ha ido creciendo año tras año, incorporando sociedades dependientes en todo el mundo, que a día de hoy suman 10, para poder seguir proporcionando servicios de la más alta calidad. Las delegaciones que se han ido sumando a España a lo largo de estos 42 años son Francia, Italia, Marruecos, Túnez, Cabo Verde, Tanzania, República Dominicana, México, Cuba y Portugal.

Además, la entrada del Grupo Alpitour World, que desde 1988, ha conseguido reforzar aún más la posición y presencia del grupo como uno de los principales actores en el sector del turismo internacional, le han proporcionado un sólido posicionamiento entre los líderes, de la mano de su knowhow y sus avances tecnológicos en desarrollo XML.

4 2 years ago, Jumbo Tours was founded under the name JUMBO TOURS S.A. Since its launch on 1 February 1977 in Palma de Mallorca, the company has grown year after year, incorporating subsidiary companies worldwide, which to date total 10, which continue to provide services of the highest quality. The commercial offices that have been added to Spain over these past 42 years are France, Italy, Morocco, Túnez, Cape Verde, Tanzania, Dominican Republic, Mexico, Cuba and Portugal, with Brazil being the most recent addition.

Furthermore, the incorporation of the Alpitour World Group, which since 1988 has managed to further reinforce the group's position and presence as one of the main players in the international tourism sector, has given it a solid position among the leaders, together with its know-how and its technological advances in XML development.

Alpitour apoya un proyecto educativo de Save The Children

Alpitour supports Save the Children's educational project

Con esta inversión el grupo quiere abrir un camino para potenciar su papel social y ayudar a distintos colectivos que necesitan atención

With this investment, the group hopes to pave the way towards strengthening its social role and being able to help different groups in need of support.

Desde el pasado mes de noviembre, Alpitour apoya un proyecto de la ONG Save The Children contra la pobreza educativa para poder reducir las desigualdades en este campo y ofrecer a todos los niños las mismas oportunidades de futuro. El grupo da así un primer paso en el tercer sector, donde pretende tener una presencia cada vez más activa apoyando a ONGs con proyectos que puedan paliar las desigualdades.

El proyecto que Alpitour ha decidido apoyar con su inversión son 23 puntos repartidos por toda Italia en los que niños y adolescentes pueden vivir nuevas experiencias a través de actividades educativas y recreativas, apoyando así a las familias en el camino educativo de sus hijos. "Tener a Alpitour en este proyecto nos hace sentir muy orgullosos y esperamos que sea el comienzo de un largo viaje juntos", señaló Daniela Fatarella, Directora General Adjunta de Save the Children Italia.

Since last November, Alpitour has been supporting a project against educational poverty being carried out by the NGO, Save the Children, with the aim of reducing inequalities in this field and offering all children the same opportunities for the future. The group has thus taken its first step into the third sector, where it aims to have an increasingly active presence by supporting NGOs with projects that can alleviate inequalities.

The project that Alpitour has decided to back and invest in consists of 23 centres throughout Italy where children and adolescents will be able to enjoy new experiences through educational and recreational activities, and therefore supporting families with their children's educational path. "Having Alpitour in this project makes us feel very proud and we hope it will be the beginning of a long journey together," said Daniela Fatarella, Deputy Director General of Save the Children Italy.



Jumbo Tours acude de nuevo a la ITB de Berlín

Jumbo Tours returns to ITB Berlin



ITB
BERLIN

La feria de turismo se celebrará entre el 6 y el 10 de marzo

The tourism trade fair will be held between 6 and 10 March

El encuentro del sector turístico más importante de Alemania contará este año de nuevo con la presencia de Jumbo Tours, que presentará en ella todos sus productos y servicios además de facilitar encuentros entre los profesionales del sector. El grupo refuerza así su visibilidad tanto entre los profesionales del sector como entre el público general, para quienes también se abrirán las puertas de la International Tourism Berlin (ITB) los dos últimos días del evento, que este año tendrá lugar entre el 6 y el 10 de marzo.

La ITB es una excelente plataforma donde se dan cita destinos, operadores turísticos,

sistemas de reservas, transporte y hoteles, sirviendo de punto de encuentro para todos los visitantes profesionales, entre quienes se fomentan los encuentros B2B para establecer lazos de negocio. Por eso la presencia de Jumbo Tours en este encuentro tiene como objetivo reforzar lazos empresariales y abrir nuevas oportunidades de negocio en el sector, mejorando la productividad, manteniendo la calidad de sus productos y servicios y multiplicando la rentabilidad en un gran encuentro del sector turístico que en su última edición ya contó con más de 10.000 expositores de 186 países y regiones, además de 110.000 visitantes profesionales.

La feria, que tuvo su primera edición en 1966, afronta cada año los nuevos desafíos del sector a través de conferencias y foros que analizan el presente del mercado proponiendo soluciones de futuro y adelantando las nuevas tendencias del sector. Jumbo Tours aprovechará el encuentro para seguir profundizando en nuevas ideas que puedan repercutir positivamente en el rendimiento empresarial, además de establecer nuevos planteamientos de cara a proyectos de futuro que puedan multiplicar los beneficios. De esa forma podrá mantenerse como uno de los principales actores internacionales en la escena turística mundial, asegurando su sólida posición en el sector.

The most important event for the German tourism sector will once again be attended this year by Jumbo Tours, who will be showcasing all their products and services as well as setting up meetings and networking professionals in the industry. This way the group reinforces its visibility both among professionals working in the sector and to the general public, for whom the doors to the International Tourism Berlin (ITB), which will take place between 6 and 10 March this year, will be open on the last two days.

The ITB is an excellent venue where destinations, tour operators, reservation systems,

transport and hotels all come together. It serves as a first-rate meeting place for all professionals visiting, amongst whom B2B meetings are promoted to forge business links. Therefore, the presence of Jumbo Tours at this event seeks to strengthen business ties and open doors to new business opportunities within the sector as well as improving productivity, maintaining high quality products and services and multiplying profitability at a tourism sector get-together, that in last year already had more than 10,000 exhibitors from 186 countries and regions, in addition to 110,000 attendees.

The ITB, which was first held in 1966, faces the new challenges which arise in the industry every year through conferences and forums, which analyse the present market providing future solutions and anticipating upcoming new trends in the business. Jumbo Tours makes the most of this event to further explore new ideas that may positively impact business performance, as well as help develop new approaches to future projects to boost profits. This will allow the company to maintain its position as one of the top international players on the world tourism scene, ensuring its steadfast position in the sector.

Grandes capitales europeas y playas, preferencias para esta Semana Santa

El encanto de las grandes capitales europeas, pero también la búsqueda de sol y playa, marcan las tendencias en destinos para esta Semana Santa según los datos de Jumbo Tours. El lugar preferido por los viajeros para la festividad de mediados de abril es la capital británica, a la que sigue muy de cerca París. Junto con Roma, que se sitúa en cuarto lugar, forman el grupo de capitales europeas por las que se decantan la mayoría de los viajeros. Sin embargo, el turismo urbano, rico en patrimonio arquitectónico y en propuestas culturales, no es la única tendencia. Destinos cuyo atractivo principal son buenas playas y un clima que asegure buenas cuotas de sol también aparecen en el top 5. El tercer lugar lo ocupa Benidorm, mientras que el quinto ha sido alcanzado por Hurgada, la ciudad egipcia de moda, situada en la costa del mar Rojo, donde los largos tramos de playas de aguas transparentes conquistan a los visitantes. Todos ellos forman parte del catálogo de destinos de Jumbo Tours.



- 1 London
- 2 Paris
- 3 Benidorm
- 4 Roma
- 5 Hurgada

European capitals and beaches, this year's favourite destinations for Easter

The charm of the great European capitals, but also the pursuit of sunshine and beaches, mark the trends in destinations for this Easter according to data gathered by Jumbo Tours. The favourite place for travellers for the mid-April holiday is the British capital, which is closely followed by Paris. Together with Rome, which ranks fourth, they make up the group of European capitals that most travellers have chosen. Nevertheless, urban tourism, rich in architectural heritage and cultural attractions, is not the only trend this year. Destinations where the main features are excellent beaches and a climate that ensures sunny weather are also in the top 5. Benidorm takes third place, while Hurgada, the fashionable Egyptian city on the Red Sea coast where long stretches of sandy beaches and crystal-clear waters seduce visitors, has reached fifth place. All of them are listed in Jumbo Tours' destination catalogue.

Más de 100 clientes en el VI Preferred Partner Workshop de Jumbo Tours

More than 100 clients at the VI Preferred Partner Workshop held by Jumbo Tours



Del 27 al 30 de noviembre, Mallorca se convirtió en la anfitriona de los más de 100 clientes que participaron en el VI Preferred Partner Workshop organizado por Jumbo Tours. Los miembros del equipo comercial, responsables de destinos y producto, touroperadores y wholesalers venidos de diferentes países disfrutaron durante esos cuatro días de actividades para conocer el entorno de la isla que al mismo tiempo permitieron el acercamiento entre los principales actores del mercado turístico internacional y los integrantes de la empresa.

Según explicó Ginés Martínez, CEO del Grupo, este tipo de eventos son claves para la

compañía porque con ellos se pretende que los invitados se sientan como una parte importante de la gran familia de Jumbo Tours. De esta forma, "agradecemos su fidelidad y transmitimos la satisfacción que sentimos por ser parte de nuestros clientes preferenciales", señalaba Ginés Martínez.

Los protagonistas de esta edición del Preferred Partner Workshop han sido los destinos de Jumbo Tours conjuntamente con los departamentos de Producto, Integración/Tecnología y Servicio al Cliente, manteniendo reuniones con los asistentes y asegurando así el cumplimiento al 100% de sus necesidades.

From 27 to 30 November, Mallorca was host to more than 100 clients who took part in the VI Preferred Partner Workshop organised by Jumbo Tours. The sales team, destinations and product managers, tour operators and wholesalers from different countries all enjoyed these four days of activities designed to get to know the island's environment better, while at the same time bringing the main players in the international tourism market and the company's team closer together.

According to Ginés Martínez, CEO of the Group, these types of events are key for

the company, because they are intended to make us realise that they are an important part of the great Jumbo Tours family. "We are grateful for their loyalty and we would like to convey how pleased we are to have them as our valued clients," said Ginés Martínez.

The stars of this year's Preferred Partner Workshop were Jumbo Tours destinations team along with the Product, Integration/Technology and Customer Service departments, holding meetings with participants and thus ensuring 100% fulfilment of their needs.

España, el destino con mayor venta en servicios de traslado a clientes

Spain, the destination with the highest sales in client transfer services

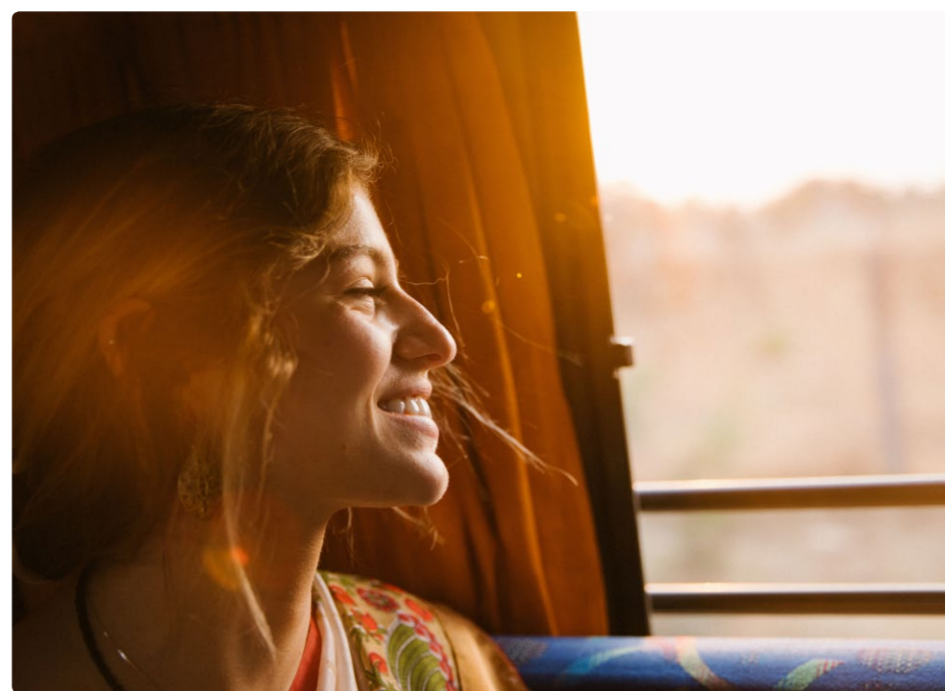
Le siguen Marruecos, Francia y Egipto
Followed by Morocco, France and Egypt

El traslado se ha convertido en un servicio fundamental para cualquier experiencia de viaje que el cliente valore satisfactoriamente. Y en España es especialmente valorado por los usuarios, ya que es el destino con mayor venta de este servicio en todo el mundo. Le sigue Marruecos, donde el traslado por cuenta propia suele ser complicado y tener un precio mucho más elevado que el que ofrecen compañías como Jumbo Tours, mientras que el tercer lugar lo ocupa Francia, donde el viajero puede ahorrar bastante tiempo evitando colas al contratar el servicio de traslado.

Tras Francia, México es el siguiente país en

contratación de traslados, seguido de Egipto, Cuba, Grecia, Malta, República Dominicana, Italia, Turquía, Polonia, Croacia, Portugal, República Checa, Túnez, Reino Unido, Estados Unidos, Alemania y Hungría.

El traslado de clientes es ya un servicio imprescindible para muchos usuarios porque aporta comodidad, además de un ahorro económico importante en comparación con otras opciones, además garantiza puntualidad y un trato amable durante el trayecto. Por eso es uno de los servicios que más ha crecido, proporcionando facilidades para la organización completa del viaje al ahorrar tiempo y complicaciones.



Transfers have become a fundamental service for a client to positively value any travel experience. And it is particularly important in Spain, as it is the top-selling destination for this service worldwide. Morocco follows next, where travelling independently is usually complicated and is much more expensive than the transfers offered by companies such as Jumbo Tours, while third place is held by France, where the traveller can save a lot of time avoiding queues when contracting the transfer service.

After France, Mexico is the next country

high in transfer services, followed by Egypt, Cuba, Greece, Malta, Dominican Republic, Italy, Turkey, Poland, Croatia, Portugal, Czech Republic, Tunisia, United Kingdom, United States, Germany and Hungary.

Client transfer is now an essential service for many users because it is convenient, offers significant economic savings compared to other options, and, also guarantees punctuality and friendly treatment during the journey. Therefore, it is one of the services that has become the most popular, as it makes it easier to organize the entire trip, saving time and avoiding complications.

Jumbo Tours fomenta la formación para profesionales del sector

Jumbo Tours promotes training for professionals in the sector

Para poder diferenciarse de la competencia y seguir garantizando una alta calidad en los productos y servicios del grupo, Jumbo Tours cree fundamental preparar a los profesionales del sector que trabajan en una industria cada vez más globalizada y digital. Por esa razón, fomenta la formación a través de JSF Travel & Tourism Business School, la fundación de la que es patrono, como herramienta para formar a los futuros directivos turísticos.

El objetivo de este centro de formación es precisamente preparar a los directivos del sector, responsables de liderar estrategias de desarrollo y transformación de sus organizaciones, dotándolos de instrumentos con los que hacer frente a los retos actuales y futuros del turismo. Una tarea clave para la que este año se han creado programas específicos como los de transformación digital, gestión de la distribución turística, estrategias de crecimiento y

rediseño de la experiencia del cliente, entre otros.

Para John Healy, Director General de JSF Travel & Tourism Business School, la presencia de Jumbo Tours como socio destacado de la fundación ha sido crucial. "Al formar parte de nuestro Comité Ejecutivo nos ayuda a enfocar nuestra oferta hacia las necesidades formativas reales del sector. Además, nos permite difundir nuestro mensaje por todos sus mercados", señaló Healy.

In order to differentiate themselves from the competition and to continue to be able to ensure high quality products and services, Jumbo Tours believes it is essential to train people working in this increasingly globalised and digital industry. For this reason, it promotes JSF Travel & Tourism Business School, the foundation of which Jumbo Tours is the patron, as a tool for training future tourism managers.

The aim of this training centre is specifically to prepare the managers in the sector, who are responsible for driving development and transformation strategies forward in their organisations, providing them with the tools with which to face the current and future challenges in tourism. This is a key task for which specific programmes, such as digital transformation, tourism distribution management, growth strategies and redesign

of the customer experience, to name but a few, have been created this year.

For John Healy, Director General of JSF Travel & Tourism Business School, the presence of Jumbo Tours as a prominent partner of the foundation has been crucial. "Being part of our Executive Committee helps us focus our offerings on the real training needs of the sector. It also allows us to spread our message throughout their markets," said Healy.

Es patrono de JSF Travel & Tourism Business School

Trustee of JSF Travel & Tourism Business School



Jumbo Tours refuerza su posición en el turismo internacional en Fitur

Jumbo Tours strengthens its position in international tourism at Fitur

La presencia de Jumbo Tours en FITUR, el gran foro de la industria mundial del turismo, se saldó en esta última edición con el refuerzo de la posición del grupo como uno de los actores principales del mercado turístico. Desde el stand 8A06 de la Feria Internacional de Turismo celebrada en Madrid el pasado mes de enero, Jumbo Tours presentó su amplia cartera de servicios y productos a touroperadores y agencias de viajes de todo el mundo, además de facilitar encuentros de negocio entre sus clientes y proveedores.

The presence of Jumbo Tours at FITUR, the globally recognised tourism industry trade fair, led to the reinforcement of the group's position as one of the main players in the tourism market. From stand 8A06 of the International Tourism Fair held in Madrid last January, Jumbo Tours presented its extensive portfolio of services and products to tour operators and travel agencies from around the world, in addition to organising business meetings between customers and suppliers.

La compañía reunió allí a todo su equipo comercial y a los responsables de producto y de destino de los diferentes países, destacando Portugal, Francia, Italia y Caribe, entre otros. Como proveedor de agencias y touroperadores a través

de su banco de camas, pero también como especialista receptivo en sus principales destinos, Jumbo Tours no solo dio a conocer sus productos y servicios sino que también compartió los avances que el grupo está llevando a cabo, como la finalización del

proceso de modernización que inició el año pasado, cuando se afrontó un profundo cambio en la estructura, "implementando nuevos sistemas, mejorando de forma significativa nuestra plataforma de distribución y llevando a cabo un proceso de centralización de

los servicios de Booking y Customer Service", explicó Ginés Martínez, CEO de Jumbo Tours, quien añadió que además en este tiempo se ha producido "la consolidación de un equipo humano altamente profesional y comprometido con el cliente y la calidad en el servicio, nuestro ADN", explicó.

Las cifras record alcanzadas este año en FITUR, con 245.000 participantes y casi 7.000 encuentros bilaterales, han sido también un éxito para Jumbo Tours, que ha visto ampliada su influencia en el sector.



The company brought its entire sales team and those responsible for product and destination in different countries together, notably Portugal, France, Italy and the Caribbean, among others.

As a supplier to agencies and tour operators with its bed bank, and as an inbound specialist in their main destinations, Jumbo Tours was not only able to unveil its products and services but also shared the advances

the group is making, such as the completion of the upgrade which began last year, when they undertook a significant structural change, "implementing new systems, significantly improving our distribution platform and imple-

menting a centralisation process for Booking and Customer Service services", explained Ginés Martínez, CEO of Jumbo Tours, who added that during this time there had also been "a consolidation of a highly professional team committed to clients and high quality service, our DNA", he explained.

The record figures reached this year at FITUR, with 245,000 participants and almost 7,000 bilateral meetings, have also been a success for Jumbo Tours, which has widened its impact on the sector.



Los destinos preferidos por los españoles en Latinoamérica

The most popular destinations in Latin America for Spaniards

Entre los países que figuran como primera opción de viaje para los españoles se encuentran cinco naciones latinoamericanas. Según la información facilitada por LATAM, Cuba, México, República Dominicana, Brasil y Argentina son los principales destinos para los españoles que deciden pasar sus vacaciones al otro lado del Atlántico. Pero además, la aerolínea ha detallado qué lugares dentro de esos países son los predilectos por los españoles, ya que no solo las capitales suponen un destino atractivo para quienes residen en nuestro país.

Así, en Cuba, además de La Habana, Varadero y Cayo Santa María son los principales lugares a los que viajan los españoles, mientras que en México el destino favorito no es su capital, D.F., sino que ocupa su lugar Cancún, seguido de Akumal y Playa del Carmen. Por su parte, República Dominicana tiene en Punta Cana, Bayahibe y Bavaro los destinos principales del turismo español mientras que en Brasil las preferencias están en Rio de Janeiro y Salvador de Bahía. Por último, Buenos Aires, Calafate y Bariloche son las localidades a las que más viajan los españoles en Argentina.

Five Latin American nations rank among the top travel options for Spaniards. According to information provided by LATAM, Cuba, Mexico, Dominican Republic, Brazil and Argentina are the main destinations for Spaniards who have decided to spend their holidays on the other side of the Atlantic. Furthermore, the airline has detailed which places within these countries are favoured by Spanish visitors, as it is not just the capital cities that hold appeal to people residing in our country.

So, in Cuba, apart from Havana, the main places Spaniards travel to are Varadero and Cayo Santa María, while in Mexico the favourite destination is not the capital, D.F., but Cancún, closely followed by Akumal and Playa del Carmen. As for the Dominican Republic, Punta Cana, Bayahibe and Bavaro are the main destinations for Spanish tourism, while Brazil's preferences are in Rio de Janeiro and Salvador de Bahia. Finally, Buenos Aires, Calafate and Bariloche are the places where Spaniards travel to the most in Argentina.

Excursiones y entradas online

Tours and tickets now available online

Los viajes personalizados, adaptados al gusto del cliente, implican poder reservar excursiones o entradas para conciertos y otros espectáculos en el lugar de destino. Por eso desde las webs del grupo, Jumbobeds y Jumbonline, es posible reservar excursiones y entradas online en los principales destinos turísticos, sin que eso suponga que haya que interrumpir el proceso de reserva. De esta manera, el grupo sigue innovando en producto, servicio comercial y ventajas proporcionando todo en una misma plataforma que ya utilizan más de dos millones de clientes. Como explicaba Stephane Sepúlveda,

Chief Product Officer de Jumbo Tours, “*La integración de excursiones, venta de entradas y actividades en destino dentro del flujo de reserva refleja un nuevo paso en la madurez del producto del grupo*”.

Con estos servicios el objetivo es cubrir todas las necesidades del cliente, proporcionándole las mayores facilidades para que su viaje se convierta en una experiencia perfecta que incluso supere sus expectativas. De esa forma, todas las gestiones relacionadas con el viaje quedan cubiertas para que el cliente solo tenga que preocuparse por disfrutar de una experiencia hecha a su medida.

Bespoke trips, adapted to the client's preferences, includes the ability to pre-book trips or tickets for concerts and other shows at the destination. For this reason, it is now possible to book tours and tickets online at the main tourist destinations via the group's websites, Jumbobeds and Jumbonline, without disrupting the booking process. By doing this, the group continues demonstrating its innovation in products, commercial services and offers the advantage of being able to provide everything on a single platform, already being used by more than two

million clients. As Stephane Sepúlveda, Chief Product Officer at Jumbo Tours, explained, “*The integration of outings, ticket sales and destination activities into the booking flow reflects a new step in the maturity of the group's product*”.

The objective of these services is to cover all the customer's needs, providing them with the best facilities to turn their trip into a perfect experience that surpasses all expectations. In this manner, all the formalities related to the trip are covered so that the client only has to worry about enjoying their tailor-made experience.

Directorio | Directory

CENTRAL / HEAD OFFICE

Central Corporativa / Corporate Head Office
Gran Vía Asima, 4A - 2º Polígono Son Castelló
07009 - Palma de Mallorca. Illes Balears (Spain)
T. +34 971 211 100 / F. +34 971 211 105
central@jumbotours.com

Jumbonline.com
T. +34 971 211 223
F. +34 971 211 293
info@jumbonline.com

Jumbobeds.com
T. +34 971 211 175
F. +34 971 211 183
info@jumbobeds.com

JumboTours Groups Division
T. +34 971 072 065
F. +34 971 211 183
info@jumbotours.com

Nuevas delegaciones comerciales / New trade delegations
Buenos Aires - Sao Paulo
Bogotá - United Kingdom

BALEARES / BALEARIC ISLANDS

Dirección Regional / Regional Head Office
Gran Vía Asima, 4A - 2º Polígono Son Castelló
07009 - Palma de Mallorca. Illes Balears (Spain)
T. +34 971 211 100 / F. +34 971 211 199
regbalears@jumbotours.com

Mallorca
T. +34 971 211 192
F. +34 971 211 199
pmi.info@jumbotours.com

Menorca
T. +34 971 388 219
F. +34 971 388 218
mah.info@jumbotours.com

Ibiza - Formentera
T. +34 971 314 505
F. +34 971 316 867
ibz.info@jumbotours.com

CANARIAS / CANARY ISLANDS

Dirección Regional / Regional Head Office
Alemania, s/n C. C. Patio Canario Local 1
38660 Adeje - San Eugenio.
Torviscas Alto, Tenerife (Spain)
T. +34 922 761 502 / F. +34 922 798 083
regcanarias@jumbotours.com

Tenerife
T. +34 922 790 750
F. +34 922 752 367
tfs.info@jumbotours.com

Gran Canaria
T. +34 928 767 758
F. +34 928 769 070
lpa.info@jumbotours.com

Lanzarote
T. +34 928 510 838
F. +34 928 510 733
ace.info@jumbotours.com

Fuerteventura
T. +34 928 866 342
F. +34 928 866 393
fue.info@jumbotours.com

PENÍNSULA / MAINLAND SPAIN

Dirección Regional / Regional Head Office
Argentina, 1 - Local 10 - 1ª Planta
03530 - La Nucía. Alicante (Spain)
T. +34 96 680 74 73 / F. +34 96 680 83 62
regspainmainl@jumbotours.com

Costa Blanca, La Manga, C. Castellón, C. Daurada, Costa Brava, Andorra
T. +34 96 680 74 73
F. +34 96 680 83 62
alc.info@jumbotours.com

Costa del Sol
T. +34 95 237 47 50
F. +34 95 237 62 65
agp.info@jumbotours.com

EUROPA / EUROPE

Portugal - Lisboa
T. +351 213 510 539
prt.info@jumbotours.com

Portugal - Oporto
T. +351 223 189 705
prt.info@jumbotours.com

Francia
T. +33 (0) 1 71 33 17 74
F. +33 (0) 1 71 33 17 75
fra.info@jumbotours.com

Italia - Roma
T. +39 06 80 34 79 38
F. +39 06 80 34 79 30
lta.info@jumbotours.com

ÁFRICA / AFRICA

Túnez - Djerba
T. +216 75 658 008
F. +216 75 655 108
tun.info@jumbotours.com

Marruecos - Marrakech
T. +212 5 24 33 93 50
F. +212 5 24 44 69 83
mar.info@jumbotours.com

Túnez - Hammamet
T. +216 75 658 008
F. +216 75 655 108
tun.info@jumbotours.com

Cabo Verde - Isla de Sal
T. +238 242 90 00
F. +238 242 16 57
cpv.info@jumbotours.com

Túnez - Sousse
T. +216 73 271 300
F. +216 73 271 160
tun.info@jumbotours.com

Cabo Verde - Boavista
T. +238 242 90 00
F. +238 242 16 57
cpv.info@jumbotours.com

Tanzania - Zanzíbar
T. +34 971 211 116
F. +34 971 212 895
znz.info@jumbotours.com

AMÉRICA / AMERICA

Dirección Regional / Regional Head Office
Av. Kabah, Manzana 2, Lote 17, Local 7
Supermanzana 17
77500 - Cancún, Quintana Roo. México
T. (+52) 998 193 1400 / F. (+52) 998 193 1120
regcaribbean@jumbotours.com

México - Cancún
T. (+52) 998 193 1400
F. (+52) 998 193 1120
mex.info@jumbotours.com

**México - Riviera Maya
Playa del Carmen**
T. (+52) 984 803 2100
mex.info@jumbotours.com

**República Dominicana
Punta Cana**
T. +1 809 338 2448/ext.21-26
F. +1 809 947 0577
dom.info@jumbotours.com

Cuba - La Habana
T. (+53) 7 2040554
T. (+53) 7 2040559
cub.info@jumbotours.com