

## DOSSIER DE PRENSA

Octubre 2019

### ÁVORIS

Ávoris es la marca especializada en la comercialización de viajes de ocio, vacaciones y viajes de empresa respaldada por el prestigio y solidez del **Grupo Barceló**.

Focalizada en el negocio de agencias de viajes durante más de 85 años, inicia hace siete su transformación desde una red minorista multicanal a un operador turístico global. Entrando a operar en los mercados mayoristas, minoristas, receptivos y aéreos. Todas sus divisiones tienen un claro enfoque hacia la satisfacción total del cliente compartiendo los valores de la compañía: compromiso con el cliente, crecimiento personal, trabajo en equipo, pasión, responsabilidad e innovación. Ávoris apuesta especialmente por esta última en sus servicios y productos, adaptándose a las novedades del mercado con el objetivo de ser pioneros en el sector.

Además, Ávorisno es un grupo de empresas turísticas, sino una empresa turística global verticalmente integrada, con marcas especializadas que ofrecen una experiencia única y adaptada a cada viajero. Ávoris alcanzó en 2018 una facturación de 2.100 millones euros un 15 % más que en 2017 lo que consolida el importante crecimiento

experimentado en los últimos años. El equipo humano está integrado por 3.308 profesionales distribuidos en 11 países y su modelo de negocio cuenta con una estructura pensada para liderar los cambios en el mercado turístico a través de cinco grandes áreas: distribución, producto, compañía aérea, receptivo y cajas regalo.



### DISTRIBUCIÓN

La división de distribución de Ávoris se divide a su vez en cuatro grandes subáreas de especialización:

#### Área Vacacional

Ávoris cuenta para el área vacacional con **B the travel brand**, marca con una extensa red de casi 700 agencias de viajes en España y Portugal, posee una larga tradición en el segmento vacacional dando servicio a más de un millón y medio de viajeros. **B the travel brand es** sin duda una de las principales redes de agencias de viaje minoristas en España y Portugal, pero además ofrece sus servicios de forma multicanal a través del portal

bthetravelbrand.com para aquellos viajeros que prefieren la compra online. B the travel brand es una marca creada para responder a las nuevas demandas de los viajeros más exigentes en un tiempo de constante cambio y reinención de la forma de viajar.

En marzo de 2018 continuando con el proceso de digitalización de la compañía, B the travel brand puso en marcha un proyecto de cartelería digital, de manera que, a través de una red de pantallas monitorizadas de forma centralizada, se puede mostrar al cliente mensajes publicitarios personalizados, de entretenimiento, contenidos, productos u ofertas en forma de texto, animación o vídeo.

A B the travel brand se unen en el área vacacional **B the travel brand Xperience**, un nuevo e innovador modelo de tienda que cuenta **con centros integrados de I+D en Madrid, Barcelona, Palma de Mallorca y Lisboa** para ofrecer al viajero la posibilidad de inspirarse, aprender, co-crear y compartir experiencias con otros viajeros, además de una experiencia de compra diferente, así como **B the travel brand & Catai**, una red de espacios con presencia en las principales ciudades de España y Portugal y donde el viajero que demanda viajes más exclusivos es atendido por asesores con un alto nivel de especialización; y las marcas **VaiVai Viajes** y **Wäy by B the travel brand**, marca especializada en viajes para

millenials donde encontrar experiencias creadas exclusivamente para ellos.

### Área Online

Para el área online Ávoris cuenta con las marcas **Iberojet** y **Muchoviaje.com** sus agencias de viajes online, que vienen a reforzar la apuesta de Ávoris por el e-commerce y en las que el cliente puede encontrar una variada e inigualable oferta de todo tipo de viajes y en especial a Caribe, Circuitos y Grandes Viajes.

### Área Corporativa: viajes y eventos

En el segmento corporativo y de viajes de empresa, el equilibrio entre un servicio local a la vez que global hacen de **BCD un referente en viajes corporativos** con más de 4.000 clientes, 32 BTCs, 65 implats y outplants. Además, BCD Travel cuenta con representación en la plataforma sectorial GEBTA España y en las asociaciones AERCE y AEGVE. Con la agencia **BCD Meetings & Events ( 14 oficinas )** crea experiencias únicas organizando **eventos del más alto nivel**, tanto por el perfil de sus clientes como por su repercusión. A través de **Viajes 2000 by BCD**, cuenta con un **Centro Especial de Empleo** y gestiona viajes corporativos y eventos de forma personalizada. **Viajeros BCD** ofrece la mejor **oferta vacacional para clientes corporate**.

### Área Congresos

Por su parte, en el segmento asociativo **BCO Congresos** sigue consolidando en

**2018 su liderazgo indiscutible como OPC en la organización de congresos internacionales en España, así como su plan de expansión en el continente americano y Europa.** Entre los principales logros de 2018, el equipo de profesionales de BCO Congresos ha organizado más de 52 congresos, 5 de ellos con una asistencia superior a los 3.000 participantes y ha repetido una vez más colaboraciones exitosas con la Sociedad Europea de Cáncer de Mama (EBCC) o la Asociación Latinoamericana de Pediatría (ALAPE) con 3.000 y 4.000 delegados respectivamente. Su plan de expansión en el continente americano le ha llevado a organizar 12 congresos en 8 países en 2018 y tiene un portafolio de más de 35 congresos confirmados en 10 países del continente entre 2019 y 2021. Además, BCO Congresos ha iniciado en 2018 su plan de expansión en Europa y ya tiene varios congresos en marcha en ciudades como Londres, Varsovia, Lisboa y Oporto, entre otras.

## PRODUCTO

Estructurada en doce turoperadores, de los cuales seis son marcas generalistas: **VivaTours** que opera de manera exclusiva programas de viaje con vuelos de la compañía Iberia, **Catai**, operador líder de grandes viajes, **Quelónea** y **Jolidey** con destinos para todo tipo de viajeros y verdaderos especialistas en el área de caribe y **Rhodasol** y **Bedtoyou**, un banco de camas de hotel abierto a todas las agencias con más de 100.00 establecimientos.

Estas marcas se complementan con cuatro marcas especializadas: **Special Tours**, con una amplia programación de circuitos y con fuerte presencia en Latinoamérica, **LePlan**, marca especializada en programas de viaje a Disneyland París en calidad de distribuidor oficial del Parque; **LeSki** con propuestas de esquí, deporte y aventura, y **LeMusik** con programación dedicada a la música y los conciertos.

Cabe destacar la incorporación a mediados del 2018 del Tour Operador Portugués **Nortravelen** su programación destacan sus circuitos por Europa, los Grandes Viajes por todo el Mundo, así como las estancias y circuitos en Brasil, Azores o Madeira. Nortravel incorpora también la marca **Jade Travel**, que entre otras propuestas lanza al mercado su concepto de "Viagens Com Assinatura", una selección de viajes de autor, que además de diseñar y firmar el programa, acompañan el viaje, compartiendo conocimiento, historias, experiencias y sueños.

## RECEPTIVO

En 2015 la compañía incluye actividad receptiva bajo la marca **Turavia**, lo que supone un importante paso para estar allado de sus clientes durante el viaje y de esta forma garantizar la calidad del servicio. Turavia tiene presencia en República Dominicana, México, Cuba, Mauricio, India y Jamaica, así como Canarias y Baleares. Para el resto del mundo Ávoris refuerza su división del receptivo con la incorporación a su

portfolio de la nueva marca **Colours** para operar en el resto del mundo y

que inicia su andadura con la apertura de una oficina en Rovaniemi.

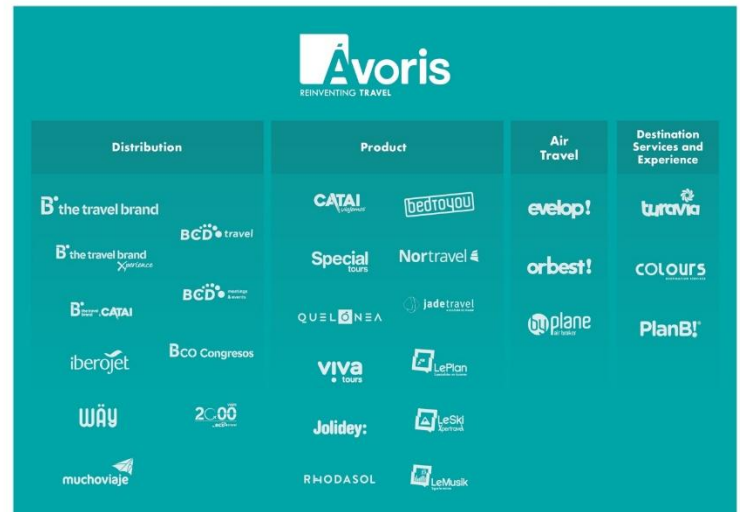
## COMPAÑÍA AÉREA

Desde 2013, Ávoris cuenta también con aerolínea propia, **Evelop**, compañía que opera vuelos regulares y chárter a destinos vacacionales con especial presencia en Caribe, Reino Unido y Canarias.

Evelop dispone de una moderna flota de siete aviones, tres Airbus 330-300 de larga distancia para 388 pasajeros, un Airbus 330/200 para 287 pasajeros, 19 de ellos en business y un Airbus 320 para medias distancias y capacidad para 180 pasajeros. En 2018 la compañía incorporó a su flota un Airbus A350-900 lo que supuso un verdadero hito al tratarse del avión más moderno y eficiente del mercado. La compañía ha anunciado la incorporación de otra unidad del A350/900 para la primavera del 2020. La compañía opera también en Portugal bajo el nombre de **Orbest**. Además, la división aérea cuenta con el bróker **ByPlane**, que ofrece servicios de intermediación entre agentes turísticos y compañías aéreas de todo el mundo, gestionando la contratación de vuelos privados, así como el alquiler de aviones para todo tipo de colectivos, grupos de empresas, equipos deportivos o viajes de incentivos.

## CAJAS REGALO

El programa de experiencias **PlanB!** está compuesto por 32 cajas regalo de



diferentes temáticas y está presente en más de 3.650 puntos de venta de toda España.

En este ámbito de la comercialización, los resultados han sido particularmente positivos en el área corporativa, como producto de incentivo o regalo de empresa, terreno éste en el que ha experimentado un gran crecimiento durante 2018. Todas sus ofertas de experiencias pueden encontrarse en su canal online, con un incremento sostenido año a año, y con más de 1.5 millones de visitas anuales. Durante el año 2018 hemos tenido un gran incremento del modelo e-Plan por la inmediatez que permite en la entrega de regalos de última hora.

## TALENTO, INNOVACIÓN E

## INTERNACIONALIZACIÓN. N. CLAVES DE ÁVORIS

El equipo humano de Ávoris está formado por el talento de sus integrantes, un total de 3.308 profesionales, distribuidos por 11 países cifra que supone un **crecimiento del 6% respecto a 2017**. Este incremento viene derivado por la adquisición de nuevos negocios y la expansión internacional, además del incremento de ventas en los mercados más consolidados.

En 2018 **se han consolidado** los proyectos iniciados en 2017 dentro del proceso de **transformación digital**. El proceso implica un **cambio en el modelo de trabajo**, tanto en la relación con el cliente como en la relación con las personas que conforman los equipos de trabajo. La **innovación de los procesos internos** se ha materializado en la implantación diferentes herramientas para **mejorar y dinamizar la relación entre los empleados y la empresa**: portal del empleado y plataforma de gestión de la retribución flexible y gestión de la formación.

**La formación sigue siendo un factor clave** para impulsar el crecimiento del talento y la innovación, además de la promoción interna. Para apoyar áreas de vital importancia para la empresa **se han realizado 38.947 horas de**

**formación, dirigidas a 2.678 asistentes.**

Todas las acciones llevadas a cabo se han materializado con metodologías y herramientas, que además de cumplir su fin formativo, están pensadas para **desarrollar e impulsar los valores de Ávoris** como referentes de una nueva forma de entender y vivir el mundo de los viajes.

La empresa sigue con su política para apoyar la **estabilidad y la calidad del empleo**, con un 85% de personas con contrato indefinido y con un equipo compuesto por un 72% de mujeres. **La mejora continua en la calidad de vida de las personas en su puesto de trabajo sigue siendo una prioridad para la empresa**, por ello se están potenciando medidas de conciliación y racionalización de la jornada de trabajo.

Para 2019, los objetivos se centran en la **consolidación de los proyectos iniciados en 2018 y en promover el desarrollo de las personas dentro de la organización**, pero también en la captación de talento externo especializado que complementa nuestros equipos y aporte la siempre necesaria renovación del catálogo de competencias.

Durante el 2018 Ávoris ha continuado con el proyecto de transformación digital iniciado en el último trimestre del 2016, fruto de ese trabajo ha sido el

**reconocimiento al Mejor Proyecto IT en Cloud Computing en la gala Platinum Contact Center Awards.**

Este galardón supone para la compañía un acicate para seguir demostrando su esfuerzo y compromiso de mejora continua para seguir evolucionando.

Asimismo, Ávoris continúa con su estrategia de crecimiento y diversificación a nivel nacional e internacional, haciendo especial foco en su **expansión fuera de nuestras fronteras**, a mediados de 2018 y continuando con el proceso de consolidación en Portugal, la compañía compra **Nortravel**, uno de los touroperadores de referencia en el mercado portugués.

Por su parte Latinoamérica, Asia y Norteamérica son otros de los mercados desde los que Ávoris sigue impulsando su plan de expansión.

Para la llegada al mercado asiático y el comienzo de su actividad comercial, Ávoris ha elegido **China** como país principal donde comenzará a ofrecer los circuitos de su touroperador Special Tours, con propuestas adhoc al tipo de consumidor del gigante asiático. Referente al mercado estadounidense, la compañía ha sentado su base en Miami con una programación de circuitos y grandes viajes que atiendan las demandas del mercado latino residente en **Estados Unidos** a través del mismo touroperador.

Siguiendo con su proceso de internacionalización durante el 2018, **Shers Tourism se integra en Ávoris**, lo que permite a través de sus marcas **Rodashol y Bedtoyoyou** acceder a una importante cartera de Tour Operadores Europeos sobre todo en los Países del Centro de Europa, del este, Nórdicos y Rusia, así como aportar un gran volumen de contratación propia sobre todo en las Costas e Islas Españolas.