

## Delfos ya juega el Mundial de Rugby 2015

La operadora argentina Delfos se encuentra en plena actividad de promoción y comercialización de sus propuestas para vivir el Mundial de Rugby 2015, que se disputará en Inglaterra del 18 de septiembre al 31 de octubre del año próximo.

Al respecto, Guillermo Cristiani, socio gerente de la empresa, le comentó a La Agencia de Viajes: "Delfos fue seleccionado entre 400 operadores a nivel mundial como uno de los 15 agentes de venta oficiales para este tan importante encuentro deportivo. Para nosotros es un honor y un gran desafío, ya que se trata de un evento de una enorme trascendencia mundial, y se realizará en un destino muy significativo".

Asimismo, detalló: "Estimamos que van a viajar entre 5 y



Guillermo Cristiani.

6 mil argentinos, y seguramente otros 1.000 sudamericanos de otros países. Para ello disponemos de una buena variedad de paquetes, que contemplan el hotel y la entrada al estadio, mientras que en breve vamos a concretar acuerdos con compañías aéreas para incluir los pasajes".

En ese contexto, el directivo remarcó: "Hay un alto nivel de consulta —que creció notablemente cuando finalizó el Mundial de Fútbol— y la venta está sostenida, sobre todo para grupos. Como hay una gran demanda de otros países —como Francia, Australia y Nueva Zelanda—, quienes deseen viajar deberán concretar la operación con la debida anticipación, debido a que una buena cantidad de hoteles ya han agotado sus disponibilidades".

[www.delfosrugby2015.com](http://www.delfosrugby2015.com)



Elegancia moderna en las habitaciones del Edouard 7 de París.

## Worldhotels: un mundo de refinada elegancia

Oscar Gómez, director regional de Ventas y Marketing de Worldhotels para Latinoamérica, se refirió al enfoque que el grupo le está brindando a los establecimientos boutique de lujo y diseño, revolucionaria alternativa que surgió un par de décadas atrás con la apertura de propiedades que revolucionaron la industria de la hospitalidad.

"Varios de nuestros hoteles, señaló el ejecutivo, son únicos y distintivos, realizados por reconocidos arquitectos que lograron un perfecto equilibrio entre ambiente, diseño y confort."

En tal sentido, Gómez re-

marcó las características de algunas de esas propiedades, comenzando por el Be Manos, de Bruselas.

"Calificado como uno de los 65 hoteles más lujosos y que marcan tendencia en el mundo, explicó, ofrece 60 habitaciones inteligentemente decoradas en blanco y negro, con pisos de piedra natural, cortinas metálicas, fotografías enmarcadas en aluminio, camas King size y un área de estar separada con escritorio de trabajo. Una propiedad singular, con aires de los años 60 situada a 5 minutos de la estación terminal del Eurostar."

"En París, prosiguió diciendo, sobresale el Edouard

7, construido en 1877 y que el rey Eduardo VII del Reino Unido lo hizo su residencia para admirar la ciudad desde sus balcones con vistas panorámicas a la Ópera Garnier. Recientemente renovado, dispone de 69 cuartos que combinan la elegancia francesa con el espíritu británico a través del mobiliario y la mezcla de terciopelos y cálidos colores."

Posteriormente, el ejecutivo pasó revista al Sagamore Art Hotel de Miami Beach, comentando que "seduce al huésped con pinturas, esculturas, fotografías y videos de artistas prestigiosos y emergentes que forman parte de los dueños del establecimiento. Con 95 suites y 15 bungalós de dos niveles, está considerado como un verdadera joya del distrito art deco de la ciudad".

Luego se refirió al Sanctuary Hotel de Nueva York, calificándolo como "una mezcla perfecta del dinamismo de Manhattan con el savoir faire europeo, con 111 habitaciones, un hermoso restaurante en la terraza y una rica atmósfera de colores donde predominan los tonos anaranjados oscuros y cognacs".

Tras indicar que "el Daniel Vienna de Austria y el Sir

Albert de Ámsterdam son otras dos alternativas a tener en cuenta por los viajeros que en Europa buscan calidad de servicio por fuera de los estándares convencionales", Gómez se refirió al Maya Hotel de Kuala Lumpur: "Maya es una palabra que en malayo significa 'ilusión' o 'sueño', conceptos que aquí predominan a través de interiores modernos, frescos y estimulantes, con superficies de bronce y bambú que armonizan con sectores vidriados de púrpura y azul, y pequeños arroyos con corrientes de agua. Las habitaciones tienen fabulosas vista al horizonte de Kuala Lumpur gracias a ventanas de piso a techo y los masajes de Tailandia y Bali son una tentación difícil de resistir".

Finalmente, Oscar Gómez hizo mención al Cosmopolitan Hotel Hong Kong: "Transmitiendo esa elegancia china y majestuosidad británica que atesora la ciudad, sus renovados cuartos, especialmente los Grand Deluxe Rooms, invitan a disfrutar de una estadía inolvidable. La refinada decoración incluye luces de cristal y escritorios de trabajo con superficies de perlas opalescentes".

[www.worldhotels.com](http://www.worldhotels.com)

## Wet'n Wild: A toda velocidad en Aqua Drag Racer

De tanto en tanto, Wet'n Wild Orlando sorprende con novedades y en esta oportunidad lo hace con la apertura de Aqua Drag Racer, que desde el 12 de junio está disponible para todos los visitantes del parque acuático.

Mariana Pereira, gerente de Ventas Internacionales de Wet'n Wild, se refirió a la flamante atracción: "Se trata de un juego en el que hasta cuatro personas se lanzan a través de túneles trenzados y al mismo tiempo compiten en una carrera por llegar primeros al final del recorrido, al zambullirse en una piscina. Se trata de una atracción de las más altas y veloces".

"Hace un par de años ha-

bíamos abierto Blastaway Beach, más orientadas a los niños, y ahora estamos muy contentos de contar con una novedad para los adolescentes, con muchas más adrenalina y a su vez proponiendo una experiencia para varias personas, ya sean amigos o familiares. Notamos que los usuarios están muy entusiasmados con Aqua Drag Racer, ya que hacen las filas una y otra vez", continuó Pereira.

Justamente cabe recordar que Wet'n Wild se distingue por que buena parte de sus atracciones son aptas para disfrutar en grupo.

Sobre su comercialización en la región, la ejecutiva indicó: "Estamos creciendo bastante en Latino-



Una carrera final tras pasar por los tubos trenzados.

américa y particularmente desde Argentina llegan muchos grupos de quinceañeras, por lo que estamos felices de poder recibirlos con algo nuevo".

Por otro lado, vale destacar que Wet'n Wild es el

parque de agua de Universal Orlando Resort: "Del mismo modo que está creciendo UOR, nosotros hacemos lo propio. Una buena manera de aprovechar todos los parques es con el 3-park-ticket, que incluye entradas ilimitadas por el tiempo de la estadía.

Nos va muy bien con esta propuesta, porque durante el verano es necesario refrescarse y la mayoría de los operadores latinoamericanos venden esta opción que, además, resulta bastante económica".

Finalmente, Pereira expresó: "Nuestra idea es siempre crear algo nuevo y, por supuesto, ya tenemos más planes. Pero por ahora deberán estar atentos a las novedades".

[www.wetwildorlando.com](http://www.wetwildorlando.com)