

02.02.2005

Cuatro consultoras turísticas unen sinergias para crear Tangible Intangible

La consultora argentina Alfacrux y las españolas Global Marketing Turístico, ALS (Advanced Leisure Services) y DNA (Developing Natural Activities) han presentado una nueva joint venture con las miras fijadas en la mejora de las sinergias y colaboraciones que llevaban tiempo manteniendo en el campo de la consultoría turística. Con la idea de aprovechar el know how de cada una de estas empresas, en lo que se refiere al mercado iberoamericano y europeo, se ha creado un ente que quiere postularse como la alternativa ideal para "actuar en local dentro de un contexto global" y hacer "tangible lo intangible". Entre los proyectos comunes que han podido desarrollar se hallan algunos tan significativos como el Hotel Axel de Barcelona, establecimiento con clara vocación hacia el público homosexual, un estudio para la OMT sobre el emisor europeo hacia Iberoamérica y la conectividad aérea en Argentina. Los reponsables de este entente anticiparon además que se trabaja en un proyecto de la misma naturaleza del Hotel Axel barcelonés en Buenos Aires. Orientado de igual manera hacia el público homosexual, el complejo se instalará en el barrio de San Telmo y nunca excederá las 70 habitaciones.

EMPRESAS Y ADMINISTRACIONES. Los servicios de 'tangibleintangible' se dirigirán tanto a empresas privadas como a administraciones públicas. A título de ejemplo, Alfacrux ya asesora en materia turística al gobierno provincial de Tierra del Fuego, mientras que GMT es la encargada de la representación turística de Ecuador en España. Por su parte, ALS se encarga del estudio para la puesta en marcha de un espacio temático entre Portugal y España y del estudio de viabilidad de un territorio de 10 millones de metros cuadrados en el Levante español para convertirlo en un proyecto de ocio, cultura y turismo. En cuanto a DNA, es la encargada de redactar los anteproyectos de tres parques relacionados con la naturaleza en Cataluña y de un parque de ocio ambientado en la jungla en México. Oriol señaló que "es posible" que la nueva marca de prestación de servicios "se amplíe a otras empresas", ya que la intención es "crear una red" de compañías con fines similares de pequeño y mediano tamaño. (Iván Vega/HOSTELTUR/Barcelona) (redacción@hosteltur.com) (Iván Vega/HOSTELTUR/Barcelona) (redacción@hosteltur.com)