

Los empresarios turísticos confían en que se mantenga en 2017 la tendencia alcista de 2016

Los directivos de las principales compañías turísticas que operan en España se muestran moderadamente optimistas ante este año 2017 gracias sobre todo a los buenos resultados que han registrado sus empresas el pasado 2016.



[JOSÉ MARÍA HOYOS]
Director de la División Minorista de Globalia

1. Estoy seguro de que 2017 va a ser un año de cambios en la División Minorista de Globalia y en general en el Grupo. Nuestras expectativas son positivas tras un 2016 complicado debido a los atentados ocurridos y la incertidumbre política, que no ha favorecido las ventas de los productos vacacionales. Sin duda, 2017 consideramos que va a ser un año diferente.

2. A principios de año pondremos en marcha nuestra marca para viajes corporativos Globalia Corporate Travel y,

por otro lado, aumentaremos de manera considerable el número de agencias asociadas a Geomoon, ya somos casi 100 agencias. También, los días 6 y 7 de Mayo lanzaremos la primera Feria del viaje de Madrid, en el Barclaycard Center (antiguo Palacio de los Deportes de la capital). Se trata de una feria única dirigida al cliente final donde podrán encontrar unas ofertas "increíbles" para las vacaciones del verano 2017.

“Nuestras expectativas son positivas tras un 2016 complicado tras los atentados ocurridos y la incertidumbre política”

José María Hoyos

3. Es la feria internacional del turismo por lo tanto es muy interesante estar representado en la misma ya que es un punto de encuentro con los proveedores más importantes de la industria turística. Para los visitantes, durante el fin de semana, podrán obtener información de

[PREGUNTAS DEL MES]

1. ¿Con qué expectativas afronta el año 2017?
2. ¿Qué novedades tienen previsto lanzar durante este ejercicio?
3. ¿Por qué considera importante acudir a Fitur, ya sea con stand o como visitante?

aquellos destinos en los que puedan estar interesados para así después comprar los viajes en la feria de turismo de Madrid al mejor precio.



[RICHARD VOGEL]
Presidente y CEO de Pullmantur Cruceros

1. Tras cerrar 2016 con muy buenas cifras, afrontamos el nuevo año con unas expectativas muy positivas y con una gran confianza en el mercado español, donde esperaremos revalidar nuestro liderazgo un año más. Nuestra apuesta es tan fuerte que esperamos un crecimiento de casi el 40%, fiel reflejo de nuestro compromiso con éste, uno de nuestros

core markets junto con Latinoamérica.

2. Las principales novedades de Pullmantur Cruceros para 2017 estarán ligadas a nuestro producto. Incorporamos nuevas rutas como 'Islas Canarias & Agadir' o 'Islas del Caribe', nuestra apuesta para este invierno; o 'Waterland', un itinerario que, con dos salidas únicas, es la opción perfecta para los amantes de la música electrónica. Además, volveremos a operar 'Islas Griegas' y 'Rondó Veneciano', dos itinerarios que hemos mejorado para que nuestros pasajeros puedan disfrutar aún más de estos destinos. Pero no solo esto. Aquellos huéspedes más exigentes podrán disfrutar de nuestro nuevo producto Suites: más ventajas y más comodidades a su alcance.

3. Fitur es indiscutiblemente una de las principales ferias de turismo a nivel mundial y este año, Pullmantur Cruceros no podía faltar a la cita. Así con una presencia más activa que en los años anteriores, contaremos con un stand propio, situado en el pabellón de Latinoamérica, en el que mostraremos numerosas novedades. Debido al perfil de los miles de asistentes que cada año acuden a esta cita con el turismo, la feria es el escenario perfecto para fomentar el networking y presentar tu producto ante un público internacional y variado.

en coche a tu aire que esperamos sea un éxito en 2017. De momento ofrecemos 13 rutas por España, pero vamos a ampliar notablemente el portfolio y esperamos llegar a más de 50 en breve, así como crear rutas en coche por países europeos. El otro producto que vamos a incentivar es nuestra marca blanca de paquetes y producto hotelero de contratación propia para lanzar nuevos proyectos en colaboración con otros partners.

3. Fitur, al igual que en otras ferias turísticas de referencia, vienen muy bien para conocer y descubrir destinos, productos y tendencias del sector. En España somos pioneros en el sector turístico y, por tanto, Fitur es una de las TOP. Los que trabajamos en el sector aprovechamos que está todo el mundo para agendar muchas reuniones, trabajar y aprovechar el tiempo. Esto, en condiciones normales nos obligaría a hacer muchos viajes y desplazamientos.



[FERNANDO CUESTA]
Director general de Amadeus España y Portugal

1. Abordamos el nuevo año con un razonable optimismo. Y no sólo por ser el arranque de un nuevo ejercicio, sino por todos los indicios que hemos ido viendo y analizando en el mercado en

los últimos meses. El sector de las agencias vuelve a mirar al largo plazo, y está innovando en proyectos, ideas y modelos de relación con el cliente. Se ha reactivado el movimiento para la búsqueda del crecimiento y la voluntad de invertir en futuro, así que creo que afrontamos un año que va a ser muy relevante en la evolución de nuestro sector.

2. En 2017, seguiremos desarrollando soluciones tecnológicas de última generación para las agencias de viaje, con especial atención al área de móviles y pagos. Además, continuaremos con la implantación de Amadeus Selling Platform Connect en todas las agencias de viaje españolas y con nuestra nueva solución end to end para los viajeros de empresa. Otro de los hitos previstos este año será el lanzamiento de una nueva plataforma de distribución vacacional de la que muy pronto os daremos más detalles.

3. Fitur es, sin ningún género de dudas, la feria de referencia mundial en turismo y viajes, y por eso es cita obligada para todos sus profesionales. Nos permite reforzar la cercanía que tenemos con los actores más importantes de nuestra industria y, muy especialmente en el caso de Fiturtech —donde Amadeus tendrá este año una presencia muy destacada—, conocer de primera mano las tendencias más punteras.



[RICHARD CLARK DÍAZ]
Subdirector general de Air Europa

1. Entramos en 2017 con el objetivo de consolidar nuestro crecimiento y afianzarnos como aerolínea de referencia entre América y Europa. Seguiremos mejorando nuestros servicios, renovando nuestra flota con la llegada progresiva de nuevos Dreamliners, abriendo nuevas rutas y, como prioridad, seguiremos mejorando y ofreciendo una atención más directa a nuestro cliente. Todo ello sin dejar de lado el cuidado de todos y cada uno de nuestros empleados, ya que son ellos quienes, gracias a su trabajo, dedicación e implicación, nos han

situado entre las mejores aerolíneas del mundo.

2. Como comentaba en mi anterior respuesta, en 2017 abriremos nuevas rutas y llegaremos a veinte destinos en América al incorporar a nuestra red americana Honduras a partir de abril y Boston desde mediados de junio a mediados de septiembre. Desde el mes de enero volaremos con el cuarto y el quinto Dreamliner a Buenos Aires y en los meses posteriores operaremos también con esta joya aeronáutica a La Habana y Lima brindando a todos los pasajeros una experiencia de vuelo única e inigualable. En 2017 consolidaremos también nuestro programa de fidelización SUMA que ya cuenta con unos 300.000 usuarios.

3. Fitur es la plataforma turística por excelencia. Es el escenario idóneo en el que hay que estar para aportar y aprender del sector y, sin duda, para dar a conocer a nivel internacional las novedades de la compañía y escalar tanto en posicionamiento como comercialmente. Fitur es el punto de encuentro de los mejores profesionales y de las mejores empresas del sector turístico; es todo un referente y Air Europa estará presente.



[DIOGO JULIÃO]
Director general de Abreu online

1. No es muy diferente de 2016 y el desafío sigue siendo grande. El movimiento de personas entre países seguirá creciendo, con viajes más cortos pero más

veces por año, con una fuerte implantación de las OTAS, y con las agencias tradicionales especializándose en productos concretos o desapareciendo. El sector tiene que acompañar la tendencia, actualizándose, porque el consumidor está cada vez más informado, exigente y con gran capacidad de influencia, viviendo todas las opciones a la distancia de un click. Además, 2016 termina y el terrorismo fue uno de los protagonistas. Esperamos que el próximo año sea diferente.

2. Portugal mantiene buenos resultados turísticos y está de moda. Así, se-

guimos con la estrategia de apuesta en Portugal, que es considerado por especialistas, una tendencia a nivel mundial para 2017. Además, seguimos con las apuestas internacionales como el Caribe, Brasil e Estados Unidos, donde nuestro producto aumenta todos los días.

“Fitur es el primer encuentro profesional del calendario turístico, hay que estar presente”

Diogo Julião

3. Fitur sigue como la principal feria en España y es el primer encuentro profesional del calendario turístico. Hay que estar presente. La novedad para nosotros es que en la próxima edición, por primera vez, todo el grupo va a estar junto en el mismo stand (SCIO). Ahí podrán encontrar Abreu online, el mayorista de Abreu y el DMC de Abreu.



[MARTI SARRATE]
Director general de Julia Tours

1. Con muy buenas perspectivas, ya que se va consolidando la evolución de la salida de los años de recesión económica y con mucho optimismo para poder consolidar nuestros proyectos de crecimiento sostenible en el tiempo y asegurar la creación de nuevos puestos de trabajo que tanto ayudan a la economía de nuestro Sector. Nuestra relación calidad-precio, sigue siendo un factor importante y diferencial para escoger todas las alternativas de nuestras programaciones, en nuestras reservas se han alargado la duración de los viajes entre una media de 8 y 15 días y también el gasto medio que oscila entre 1.500 y 2.500 euros. Nuestros objetivos se basan en conseguir la máxima satisfacción de los consumidores a través de nuestros clientes las agencias de viajes ofreciéndoles unos servicios de total calidad y la garantía de todos los servicios contratados. Y el año 2017 será el año definitivo de la recuperación, tan deseado por todos nosotros.

2. Continuar con las programaciones en los cinco continentes ofreciendo una diversidad de alternativas, la contención de los precios en colaboración con nuestros proveedores de servicios, la modernización y actualización de nuestras Webs e inclusive la incorporación del B2B en México, para poder estrechar más la relación comercial con las agencias de viajes. Potenciar más los destinos de Asia, con las alternativas de conectividad que cada vez más existen desde los aeropuertos de Madrid y Barcelona y desde otros países. Las promociones especiales para viajes para el segmento de Luna de Miel y de compra anticipada y que se están posicionando cada vez más como fórmulas muy bien aceptadas por los consumidores. La po-



[STEFAN DAPPER]
Director general de TUI Spain

1. En TUI afrontamos 2017 con optimismo. 2016 ha sido un año positivo, en el que hemos continuado creciendo y consolidando nuestra posición como única mayorista independiente con marca mundial en España. Vamos a seguir trabajando duro y haciendo las cosas bien. La economía española va recuperándose poco a poco y percibimos un incremento de la demanda en los viajes de Media y Larga Distancia, aunque debemos estar muy atentos a factores externos que tanto afectan al turismo como son: el incremento del precio del petróleo, el fortalecimiento del

“En TUI afrontamos 2017 con optimismo, 2016 ha sido un año positivo, en el que hemos continuado creciendo”

Stefan Dapper

dólar americano frente al euro, la creciente inseguridad en algunos destinos, etc. Esta nueva situación nos obliga a una mayor flexibilidad y creatividad para ser capaces de responder de manera adecuada a la demanda existente en cada momento.

2. Son muchas las novedades que tiene previsto lanzar TUI Spain durante 2017. Algunas de ellas las iremos desvelando a lo largo del año, pero si quisiera destacar el lanzamiento de la nueva web de circuitos de TUI Spain, una herramienta indispensable para las agencias de viajes y que estamos convencidos les va a resultar de gran ayuda. Todo nuestro producto está disponible en la nueva web: www.tui.com/es. Una web que permite presupuestos y pre-reservas sin gastos. Precios con disponibilidad en tiempo real a más de 300 destinos. Los clientes podrán cotizar sus viajes y cerrarlos en cualquier agencia de viajes. Las agencias dispondrán de ilimitadas propuestas de viaje en PDF para comparar y podrán convertir su opción preferida en tan solo cuatro pasos. Además de la web, hemos reforzado nuestros equipos, ampliado nuestra programación e incorporando nuevos destinos.

3. Fitur es un excelente escaparate para las empresas turísticas. Nos permite reunirnos con nuevos proveedores, consolidar la relación con los ya existentes, al mismo tiempo que reforzamos nuestra imagen de marca.

¡Un sistema muy fácil para buscar alojamiento y servicios en todo el mundo!

Las soluciones más avanzadas y adaptadas a sus necesidades de negocio, proporcionando un servicio único y versátil.

Un equipo multilingüe y eficiente, con atención de emergencia 24/7 a su disposición, para que haga sus reservas de una forma rápida y sencilla.

¿Quiénes somos?

- > Pertenece al Grupo ABREU
- > Mayorista online sólo para agencias de viajes
- > Más de 185.000 hoteles

Nuestro sistema:

- > Contratación directa en destinos Top mundiales
- > Garantías en hoteles céntricos y de calidad
- > Principales cadenas nacionales e internacionales
- > Precios competitivos
- > Descriptivos
- > Filtro de búsqueda

abreonline.com garantiza siempre el mejor servicio.

¡Hable con nosotros y descubra todo lo que Abreu online tiene para ofrecer!