

NEXO NEXOTUR

DIRECTOR
EUGENIO DE QUESADA

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA AGENCIA DE VIAJES
NÚMERO 880 / AÑO XVIII / SEMANA DEL 24 AL 30 DE NOVIEMBRE DE 2014 / PRECIO: 2 EUROS

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO NEXO



JOSÉ MANUEL SORIA
Coyuntura extraordinaria
Pág. 10 / Soria destaca la 'extraordinaria coyuntura turística' del país



ANA PASTOR
Presupuesto para el futuro
Pág. 13 / Un presupuesto para 'mirar al futuro y no a atender deudas'



TALEB RIFAI
Megaeventos y Turismo
Pág. 7 / Existen 'sinergias' entre megaeventos y el Turismo



RAFAEL GALLEGO
Cumbre Mundial
Pág. 6 / La Cumbre Mundial de Presidentes se celebrará en Euskadi



JAVIER PÉREZ-TENESSA
Tarifas exactas
Pág. 13 / Ryanair exige que eDreams 'muestre las tarifas aéreas exactas'

La agencia es 'fundamental' en la comercialización de cruceros

La venta directa en Internet 'no va a ser un riesgo' para las minoristas

Las principales compañías de cruceros que operan en España subrayan su compromiso con las agencias de viajes, como han puesto de manifiesto en la Inter-

national Cruise Summit. Descartan que la venta directa online pueda suplantar al canal, ya que su asesoramiento sigue siendo crucial en la venta de cruceros.



Miguel Ángel Saavedra, de Feneval.

El 'rent-a-car', ligado al Turismo en un 70%

El sector del alquiler de vehículos está ligado a la actividad turística en más de un 70%, según los datos de Feneval. Pág. 4

El empleo en el Sector cae con menor fuerza

De septiembre a octubre descendieron los afiliados a la Seguridad Social un 2,6% y la tasa interanual crece un 5%. Pág. 9

Club NEXOTUR
Ofertas especiales para los suscriptores. Pág. 21

"Las agencias de viaje son fundamentales", señala la vicepresidenta de ventas de Costa Cruceros en España y Portugal, M^a Jesús García, que apuesta por "invertir en su formación, ya que son nuestro vínculo con el cliente final". Para la directora general de Royal Caribbean en España y Francia, Belén Wagtiemert, "su experiencia debe ser su baza" para mantener a los clientes. Respecto a la venta directa online, el director general de MSC Cruce-

ros, Emiliano González, explica que a pesar de que la venta directa "sigue creciendo, tenemos ejemplos de mercados maduros que nos demuestran que no supone ningún peligro para la agencia". En este mismo sentido, la crucerista líder en España, Pullmantour, Sonia Prieto, remarca que "no va a ser un riesgo para las agencias de viajes", asegurando que "una vez más, hay cabida para todos" en la industria turística.

Escaparate en pág. 11

Spain.info será un "hub" de referencia para los turistas

Para la dirección general de Turismo de España, Marta Blanco, las agencias de viaje tienen "un rol clave" en la promoción de las experiencias turísticas de Spain.info. Así, señala que "las agencias pueden contribuir colaborando con los proveedores" en la generación de estos productos, remitiéndolos al 'portal' para su publicación. La comercialización de estas experien-



Marta Blanco

santes y que hagan de su viaje algo único". Pág. 6

Transhotel está analizando propuestas de inversores

El 'objetivo primordial' es lograr la viabilidad

Transhotel asegura que inversores y otros actores sectoriales "han mostrado interés" en entrar en su capital. La dirección del grupo afirma estar analizando "las diferentes propuestas recibidas" y subraya que esto "garantizaría un entorno favorable para la superación de la situación actual y por consiguiente la continuidad de la misma". Desde Transhotel,



Anselmo de la Cruz

que está en precurso de acreedores desde principios del mes de octubre, destacan que "durante este periodo, el objetivo primordial de la compañía es asegurar la viabilidad del negocio, minimizar en la medida de lo posible el impacto de estos hechos en la industria y garantizar los derechos de los empleados, clientes y proveedores". Pág. 8

El Gobierno saca a concurso el 'contrato único de viajes'

El Gobierno ya ha sacado a concurso el nuevo contrato centralizado para gestionar los servicios de viajes del Estado. Las agencias podrán presentar su solicitud hasta el 2 de diciembre. Con un valor estimado de 171 millones de euros, dará servicio a los 13 ministerios, 79 organismos públicos y cinco enti-



Cristóbal Montoro

dades gestoras y servicios comunes de la Seguridad Social, sustituyendo así a los múltiples convenios existentes en la actualidad, con plazo de ejecución de dos años. El nuevo contrato se divide en cuatro lotes en función de los destinos o de la ubicación de los centros usuarios. Pág. 13

belivehotels.com

Merry CHRISTMAS

AND HAPPY NEW YEAR

Discover our new identity

OUR HOTELS

- CARIBBEAN Cuba - República Dominicana
- SPAIN Lanzarote - Tenerife - Mallorca - Península
- PORTUGAL - MOROCCO Salá - Marrakech

E Esperamos que la facturación ronde los 1.500 millones en 2014 / Las posibilidades de crecimiento del sector, ligado a la actividad turística en más de un 70%, dependerán de la evolución de los conflictos en zonas competidoras / El 'rent-a-car' es una parte importante de la cadena de valor del Turismo y como tal estimamos legítima nuestra petición de tener un IVA reducido

«La mayoría de empresas 'rent-a-car' han pasado por serias dificultades»

Miguel Ángel Saavedra / Presidente de Feneval

El agravio comparativo que implica el diferente tipo de IVA que grava las actividades turísticas y la caída de la rentabilidad que han sufrido las compañías de alquiler de vehículos son dos de los asuntos analizados por el presidente de la Federación Nacional Empresarial de Alquiler de Vehículos (Feneval), Miguel Ángel Saavedra.

P.- Las últimas previsiones de la Federación apuntaban a un crecimiento del 5,2% del volumen de negocio del sector rent-a-car en España. ¿Se cumplirá? ¿Podría dar una cifra aproximada de facturación?

R.- Esperamos que la facturación esté en torno a los 1.500 millones de euros. Si bien el incremento previsto pudiera variar a la baja debido al fuerte aumento de la oferta y a la elevada presión en los precios.

P.- ¿Qué está detrás de este aumento de la facturación?

R.- Una mayor oferta de vehículos y la mayor afluencia de Turismo extranjero son las causas que justifican el incremento en la facturación. Todo apunta a que nuestra estimación del volumen de negocio se va a cumplir y más considerando la prolongación de la temporada de verano motivada por el buen tiempo de octubre.

P.- ¿Se ha producido una reactivación de la demanda nacional?

R.- El verano de 2014 confirma el inicio de la recuperación de la demanda española, pero no al nivel de las expectativas que teníamos antes de la temporada de verano.

P.- ¿Cómo ha funcionado la temporada de verano?

R.- Se puede calificar como razonablemente buena, destacando las zonas turísticas, como es habitual. Ha sido bastante similar al verano pasado.

P.- ¿Cuáles son sus previsiones para el próximo año?

R.- Todavía es pronto para tener una idea de cómo se va a comportar el próximo año, pero si miramos lo ocurrido en los años anteriores, lo lógico sería pensar que seguirá la tendencia de los últimos años, es decir, aumento de facturación, presión sobre los precios y mantenimiento o ligera mejora en resultados. Las posibilidades de crecimiento de nuestro sector, ligado a la actividad turística en más de un 70%, dependerán de la evolución de los conflictos en zonas competidoras. Esperamos que los segmentos de mercado doméstico, tanto de empresas como de ocio, consoliden su recuperación y podamos decir que el sector del alquiler de vehículos crece en ambos segmentos.

P.- ¿La rebaja del IVA sería clave para este sector?

R.- La competitividad de la industria turística en su conjunto depende cada vez más de los mal llamados sectores complementarios. No se es consistente cuando se nos grava al 21% que nuestro servicio se integra dentro de la compra turística.

La aparición de modelos alternativos de coche compartido demuestran

asimismo que las necesidades de transporte requieren una mayor flexibilidad y capilaridad a un precio más asequible a la mayoría de los ciudadanos. El coche de alquiler no es un lujo. Estas nuevas tendencias muestran que es una necesidad para muchos y hacerlo accesible para la mayoría de las economías debería ser una labor conjunta tanto del sector como de las administraciones.

P.- ¿Hay posibilidades de que el Gobierno aplique un IVA reducido al sector del rent-a-car?

R.- El 'rent-a-car' es una parte importante de la cadena de valor de Sector Turístico y como tal estimamos legítima nuestra petición al Gobierno de que se nos aplique el IVA reducido. Entendemos que en cuanto se den las circunstancias oportunas, el Gobierno atienda nuestra petición.

P.- ¿Es injusto este tratamiento impositivo teniendo en cuenta que diversos subsectores turísticos disfrutan del IVA reducido?

R.- Entendemos que sí que lo es y además complica la vida tanto al consumidor como a los intermediarios. Unos no entienden por qué



tienen que aplicarse diferentes tipos impositivos dentro de un mismo 'paquete' y otros tienen la dificultad de empaquetar productos con diferentes tipos de IVA.

P.- Un responsable de National Atesa afirmó que la mayoría de las grandes empresas del sector están en pérdidas. ¿Es eso cierto?

R.- La mayoría de las empresas, con independencia de su tamaño, han pasado por serias dificultades en términos de resultados durante este largo periodo de crisis. En este entorno, las multinacionales han aguantado gracias a sus matrices,

risáticas. Somos un sector dinámico al ser intensivo en capital y personal. Aportamos y distribuimos una enorme riqueza y entornos más limpios a las Comunidades que nos acogen. Nuestro problema es que debemos mejorar la presentación ante la sociedad y comunicar mejor que aportamos soluciones de movilidad adaptadas a cualquier tipo de necesidad tanto de empresas, particulares y la propia administración.

P.- ¿Cuánto ha caído la rentabilidad desde que empezó la crisis? ¿Ha comenzado ya a recuperarse?

R.- La rentabilidad del sector está mejorando moderadamente en los dos últimos después de una evolución desfavorable que data desde los inicios de la crisis, desde el segundo semestre de 2008. Esta reciente mejora está basada en el aumento de la facturación, el control de los costes y las mejoras en la productividad.

P.- ¿La atomización del sector rent-a-car es perjudicial?

R.- Es cierto que hay exceso de oferta, ya que hay más de 1.800 compañías de 'rent-a-car' en el país. Pero creo que la competencia es buena, siempre y cuando se respeten las reglas del juego y las empresas compitan en igualdad de condiciones.

P.- ¿Qué papel juegan las agencias en la distribución de los servicios de las rent-a-car? ¿Podría dar un porcentaje estimado?

R.- Las agencias son una canal importante dentro de la distribución de servicios en nuestro sector, sobre todo en el viaje de empresa. Las grandes empresas de alquiler, que son las que operan fundamentalmente en el negocio corporativo, suelen declarar que representan un 25% de sus ventas totales. Las agencias 'on-line' y los 'brokers' son más activos en el Turismo internacional y pueden representar un tercio de las ventas totales del sector.

P.- ¿Ha perdido peso este canal de distribución en los últimos años a favor de la venta directa?

R.- No. La estructura de comercialización del 'business travel' no ha cambiado sustancialmente en los últimos tiempos y, además, el auge del 'on-line' y el móvil han reforzado aún más el papel de la intermediación.

P.- ¿Qué flota hay actualmente en España y cómo cree evolucionará en los próximos años?

R.- Este año, las compañías de alquiler han ofertado 225.000 turismos y 20.000 vehículos comerciales, aproximadamente, durante la campaña de verano. Si hablamos en términos de parque, nuestra estimación de media anual es de 160.000 turismos y 17.000 vehículos comerciales. Es difícil predecir la evolución, ya que depende de muchos factores, algunos de ellos ajenos a la propia actividad. Lo que sí está claro es que la renovación de la flota va a seguir a un ritmo elevado debido a la mayor demanda de vehículos usados, lo que permite obtener unos buenos valores en las operaciones de venta.

El verano de 2014 confirma el comienzo de la recuperación de la demanda española

La rentabilidad de nuestro sector ha mejorado moderadamente a lo largo de los dos últimos años

No estamos en contra del consumo colaborativo

El intrusismo es un fenómeno que va creciendo paulatina y progresivamente, no solo en el alquiler de vehículos, sino también en otros sectores económicos en España. Las compañías 'rent-a-car' no estamos en contra del consumo colaborativo como tal, ni de las empresas que a través

de páginas web especializadas ponen en contacto a las personas que ofrecen sus servicios de transporte, restauración o alojamiento con viajeros o clientes que precisan de los mismos.

No obstante, lo que pedimos es que se verifi-

que si este tipo de actividades son puntos de encuentro, como ellos se denominan, o son realmente nuevos canales de distribución con ánimo de lucro. Si son una nueva forma de intermediación, lo que pedimos a la Administración espa-

ñola es que regule esta situación de la manera más homogénea posible, para que garantice que las empresas que operan en este mercado puedan competir en igualdad de condiciones, combatir la economía sumergida y garantizar los derechos y la seguridad de los consumidores.



© MIGUEL A. SAAVEDRA