



“Las agencias pueden montar alrededor del ocio un gran producto que sea muy rentable”



Carlos Nieto, director general de Dadatickets.com, explica las ventajas que tiene la plataforma para las agencias.

► **AGENTTRAVEL:** ¿Cómo surgió el proyecto de crear Dadatickets.com?

Carlos Nieto: El proyecto llevaba dos años en gestación cuando me incorporé en septiembre. Lo único que faltaba era realizar unos ajustes en la web y poner una fecha de salida. En un principio la plataforma estaba dedicada únicamente al mercado secundario, pero se necesitaba una gran inversión para competir contra las plataformas ya existentes, por lo que decidimos crear otro modelo innovador y ofrecer también productos del mercado primario (precios oficiales). Dadatickets.com es un portal de compra y venta de entra-

das de espectáculos, música y deporte que también funciona como un mercado online donde las agencias pueden comprar y vender entradas para todo tipo de eventos. Nuestra misión es garantizar la seguridad de la operación. Tanto compradores como vendedores pueden realizar sus transacciones de una manera satisfactoria y segura.

► **AG:** ¿Por qué apostaron por las agencias?

C.N: Queremos seguir acercando a las agencias el sector del ocio para aumentar su rentabilidad. Necesitan este producto porque es una manera de competir a través de un nuevo nicho de mercado que son los clientes que van a la agencia a comprar una entrada y que antes no acudían a ella. En este sentido, las agencias ganan muchísimo porque pueden captar clientes. Dadatickets.com nace con una vocación B2B, aunque también hacemos B2C. Todos nuestros productos son comisionables y siempre tenemos paridad de precios. Nunca lanzamos una oferta al cliente sin que la agencia de viajes tenga las mismas condiciones. Somos bastante respetuosos con las minoristas porque creemos en la venta a través del canal.

► **AG:** ¿Desde cuándo está operativa la web y qué aceptación ha tenido?

C.N: Tras dos años de un intenso testeo en la programación, comenzamos a operar a finales de noviembre. Hemos tenido una aceptación muy buena por parte de las agencias. Actualmente superamos las 4.000 minoristas registradas. Les estamos demostrando que con productos de ocio pueden obtener una alta rentabilidad y diferenciación en su servicio.

► **AG:** ¿Qué ventajas tiene el portal para las agencias?

C.N: Principalmente nuestra oferta, la seguridad y rapidez en el proceso de compra. Dadatickets.com cuenta actualmente con 2.000 referencias de producto agrupadas en deportes, música y espectáculos. Somos la única plataforma que incluye esta oferta tan amplia y

variada. Una agencia de viajes que ofrezca ocio se está saliendo de los productos habituales de venta. Así, la principal ventaja es la posibilidad de captar un cliente nuevo. La agencia facilita la compra al cliente, evitando las colas y garantizando la entrada. Los agentes que han probado a vender ocio afirman que han sido las captaciones de clientes más rentables que han tenido. Además, se pueden descargar los carteles de los espectáculos para imprimirlos y ponerlos en el escaparate. Queremos convertirnos en una agenda de ocio que sea referencia para las agencias.

► **AG:** ¿Qué expectativas de ventas tienen?

C.N: Tenemos un objetivo de facturación de ocho millones de euros y estamos cumpliendo nuestras previsiones de una manera muy favorable.

► **AG:** ¿Es un buen momento para lanzar el proyecto?

C.N: Sí, porque es un producto necesario para las agencias de viajes. Las agencias pueden montar alrededor del ocio un gran producto que sea muy rentable.

► **AG:** ¿Tiene previsto incorporar algún otro servicio?

C.N: Sí, actividades y algunos parques temáticos. Y sobre todo la captación de grandes eventos internacionales.

► **AG:** ¿Qué planes de futuro tienen?

C.N: Uno de los objetivos que tenemos para este año es la internacionalización. En 2017 esperamos estar en Francia y posteriormente en Reino Unido. Queremos contar con más artículos y que los productores vean que las agencias de viajes son un canal tan importante como puede ser una taquilla. Las empresas van a tener 7.000 taquillas con profesionales muy preparados que van a ser sus mejores vendedores. Teniendo como reto que una agencia de cualquier parte de España, Reino Unido y Francia pueda prescribir un producto de ocio a sus clientes.



Mayoristas más vendidas



[COMENTARIO]

El 32% de los agentes encuestados por AGENTTRAVEL eligió a Travelplan como la mayorista más vendida para la Península. En segundo lugar se sitúa Marsol, con el 15% de la puntuación.

Las mayoristas más vendida para las islas son Travelplan (38%) y Soltour (12%). La más comercializada para Europa es otra vez Travelplan, con un 38%, seguida de Panavisión (15%) y Politours (10%). Para Estados Unidos, la ganadora ha sido Catai (27%), el siguiente puesto lo compartieron Ambassador Tours y Travelplan, con un 17%. En América del Sur, lidera también Catai (25%) y Ambassador Tours (22%).

Para México y Caribe, encabeza el ranking Jólidex (23%), seguida de Travelplan (22%). En el Norte de África triunfa Travelplan (20%), con Luxotour (17%) en el segundo puesto. En Oriente Próximo, la más vendida es Catai (22%).

En el Lejano Oriente es Ambassador Tours con un 38%, seguida de Catai, que obtiene un 20%. En turismo rural desputa Nextel (53%), con gran diferencia respecto a CN Travel (8%).

Por último, Costa Cruceros (40%) se alza como la compañía de cruceros más vendida, por delante de Pullmantur.

Para elaborar el Travelranking se ha recabado la opinión de las agencias de viajes que figuran en la sección Mostrador (ver página 5).

► Mayorista más vendida para la Península

| | |
|--------------------------|-----|
| 1. Travelplan | 32% |
| 2. Marsol | 15% |
| 3. Bedsonline | 7% |
| 4. Otras/Producto Propio | 34% |
| 5. NS/NC | 12% |

► Mayorista más vendida para islas

| | |
|--------------------------|-----|
| 1. Travelplan | 63% |
| 2. Soltour | 12% |
| 3. Mapa Tours | 3% |
| 4. Otras/Producto propio | 5% |
| 5. NS/NC | 17% |

► Mayorista más vendida para Estados Unidos

| | |
|--------------------------|-----|
| 1. Catai | 27% |
| 2. Ambassador Tours | 17% |
| Travelplan | 17% |
| 3. Otras/Producto Propio | 22% |
| 4. NS/NC | 17% |

► Mayorista más vendida para México y Caribe

| | |
|--------------------------|-----|
| 1. Jólidex | 23% |
| 2. Travelplan | 22% |
| 3. Soltour | 15% |
| 4. Otras/Producto Propio | 23% |
| 5. NS/NC | 17% |

► Mayorista más vendida para Oriente Próximo

| | |
|--------------------------|-----|
| 1. Catai | 22% |
| 2. Ambassador Tours | 17% |
| 3. Politours | 5% |
| 4. Otras/Producto Propio | 29% |
| 5. NS/NC | 27% |

► Mayorista más vendida en Turismo Rural y de Salud

| | |
|--------------------------|-----|
| 1. Nextel | 53% |
| 2. CN Travel | 7% |
| 3. Rural Andalus | 2% |
| 4. Otras/Producto Propio | 8% |
| 5. NS/NC | 30% |

► Mayorista más vendida para Europa

| | |
|--------------------------|-----|
| 1. Travelplan | 38% |
| 2. Panavisión | 15% |
| 3. Politours | 10% |
| 4. Otras/Producto Propio | 22% |
| 5. NS/NC | 15% |

► Mayorista más vendida para América del Sur

| | |
|--------------------------|-----|
| 1. Catai | 25% |
| 2. Ambassador Tours | 22% |
| 3. Politours | 12% |
| 4. Otras/Producto Propio | 26% |
| 5. NS/NC | 15% |

► Mayorista más vendida para Norte de África

| | |
|--------------------------|-----|
| 1. Travelplan | 20% |
| 2. Luxotour | 17% |
| 3. Catai | 12% |
| 4. Otras/Producto Propio | 23% |
| 5. NS/NC | 28% |

► Mayorista más vendida en Lejano Oriente y Oceanía

| | |
|--------------------------|-----|
| 1. Ambassador Tours | 38% |
| 2. Catai | 20% |
| 3. Politours | 7% |
| 4. Otras/Producto Propio | 13% |
| 5. NS/NC | 22% |

► Compañía de cruceros más vendida

| | |
|-------------------|-----|
| 1. Costa Cruceros | 40% |
| 2. Pullmantur | 25% |
| 3. MSC | 13% |
| 4. Otras | 7% |
| 5. NS/NC | 15% |