

ANDALUCÍA

HolaMobi rozó durante 2016 los 13 millones en ventas

TIENDAS DE TELEFONÍA MÓVIL/ La compañía malagueña rebasó en el ejercicio pasado los 150 establecimientos y creció en ventas agregadas un 11% respecto a 2015.

Juan Alberto Gómez. Málaga
HolaMobi, franquicia especializada en servicios y venta de telefonía móvil, ha vuelto a cerrar el año con cifras positivas. Entre los hitos de 2016, destaca haber rebasado los 150 puntos de venta en todo el territorio nacional, una marca en la que ha sido clave la incorporación –a fines del ejercicio– de 15 tiendas de la cadena Yomovil.

Un movimiento que responde, no sólo a la tendencia del sector hacia la concentración, sino también a la propia estrategia impulsada por la compañía malagueña. Como consecuencia, aumenta un 19% su despliegue de tiendas respecto al año anterior.

Quizás, el único pero sea el hecho de que dichos planes se hayan demorado un año. No obstante, se refuerzan como tercera cadena española de tiendas multioperador, por detrás de Phone House y Telecor (Grupo El Corte Inglés).

Al margen de su negocio de telefonía, ha incorporado las marcas Fix –especializada en reparaciones móviles– que está integrando en sus locales, y ha lanzado HolaFibra, primera franquicia que lleva fibra *low cost* a pequeñas poblaciones.

Este crecimiento en tiendas, junto a una mayor diversificación, le ha permitido rozar los 13 millones de euros



María Salas, directora Ejecutiva de la compañía HolaMobi.

La firma es ya la tercera cadena de tiendas de móviles tras las The Phone House y Telecor

(12,85) de ventas agregadas, un 11% más que el año anterior. Su previsión de cara a 2017 es aumentar esta magnitud un 10%.

María Salas, directora Ejecutiva de HolaMobi explica a EXPANSIÓN que “2016 ha sido un año de fuertes reestructuraciones en el sector, que sigue concentrándose”. A su juicio, “el exceso de oferta de tiendas multimarca ha provocado una especie de

burbuja que el mercado no ha podido digerir”. En esta tesitura, muchas cadenas no han podido aguantar”. De cara a 2017, su principal apuesta es “consolidar su posición preferente” como líder en el segmento OMV (operadores móviles virtuales), “desarrollar nuevas áreas de negocio” y proseguir “la expansión vía absorción”.

Prueba de ello es que, en los dos últimos años, ha incorporado dos redes (MovilRedPublic y Fix) y buena parte de las tiendas de Yomovil. No en vano, la cadena malagueña tiene “grandes expectativas para 2017” y confía en crecer más de un 30% en número de tiendas.

En los dos últimos años ha incorporado las redes MovilRed Public y Fix y parte de Yomovil

Dentro de sus filiales, destaca el potencial de crecimiento de HolaFibra (surgida de su alianza con Avant-Codetic) por su “mayor recorrido” y al hecho de que presenta menor competencia en pequeñas y medianas poblaciones. De hecho, han calculado que el 70% de estos territorios “no cuentan con una adecuada infraestructura de fibra o, simplemente, no tienen”.

En relación al crecimiento y su distribución geográfica, las nuevas altas se han concentrado en Andalucía y el Levante. No obstante, HolaMobi ha asegurado que “mantendrá la estrategia de establecer puntos de venta en poblaciones pequeñas y medianas”.

Por lo que respecta a la operación de Yomovil se muestran muy satisfechos. Salas destaca el “buen posicionamiento y la gran experiencia” de las 15 incorporaciones, realizadas “por decisión de los propios franquiciados”. En la actualidad, están efectuando el cambio de marca y el *re-branding* de todos sus elementos.

La juez cuestiona la norma en el proceso de Aznalcóllar

Expansión. Sevilla

La juez que investiga la concesión de la explotación de la mina de Aznalcóllar ha pedido a la Intervención General del Estado que realice un dictamen completo sobre la validez de la normativa que regula el concurso público de la Junta de Andalucía para adjudicar las actividades extractivas en la reserva minera.

En una providencia, la titular del juzgado de instrucción 3 de Sevilla, Patricia Fernández, también ha pedido a Hacienda la información fiscal de operaciones con terceros y el IVA de Minorbis, AMC Mining Iberia SL y Minera Los Frailes, que fue la empresa que aceptó explotar la mina.

Además, la juez pide a la

Seguridad Social un listado de las personas que están empleadas o han trabajado para Minorbis y Minera Los Frailes, y reclama a tres bancos todos los movimientos de ambas compañías y de AMC Mining Iberia desde el 1 de enero de 2013. Sobre la suspensión cautelar de la mina, la juez recuerda que lo denegó en diciembre y que nadie recurrió.

También pide que se concrete la identidad, por posible prevaricación, de los miembros de la comisión técnica y de la mesa de contratación que “hubieran sido ascendidos inmediatamente después de su participación” en ese órgano, como denunció la empresa perdedora del concurso, Emerita Resources.

Candidatos al premio EU Drone Award

Expansión. Sevilla

Un equipo formado por el Centro Avanzado de Tecnologías Aeroespaciales (FADA-CATEC), Airbus y la Universidad de Sevilla ha sido seleccionado como finalista en los premios europeos ‘EU Drone Awards’.

Su proyecto ha sido seleccionado como uno de los tres finalistas en la categoría de mejor aplicación basada en drones, y el único equipo español que optará al galardón

en este apartado.

La aplicación presentada, desarrollada en el marco del proyecto europeo EUROCC seleccionada como una de las cinco mejores de Europa, propone utilizar drones para tareas de localización de herramientas (FOD) y logística de piezas pequeñas para reducir los tiempos de los procesos de fabricación, en especial en el interior de las plantas de montaje de aeroestructuras.

Turismo prevé medio millar de acciones promocionales en 50 mercados durante 2017

J.A.G. Málaga

La consejería de Turismo y Deporte presentó ayer en Fitur el nuevo Plan de Acción 2017 con el que se busca afianzar los resultados de 2016 y proseguir las cifras de récord. Para ello, se ha diseñado un conjunto de 550 actuaciones en materia de marketing, que incluyen 50 mercados en los cinco continentes y abarcan una veintena de segmentos. A este paquete promocional se suma, además, una nueva estrategia digital, según anunció ayer en Madrid, el consejero del ra-

mo, Francisco Javier Fernández.

Como novedad, es la primera vez que una batería de acciones como esta incorpora las directrices del Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020. Su objetivo es crear un “destino único, inteligente y competitivo” que incluya, también, activi-

El Plan de Acción 2017 prioriza la captación de visitantes con origen en el mercado nacional

dades de I+D+i. Sobresale, en este sentido, iniciativas como un foro de bloggers, *instagramers* y *youtubers*.

El nuevo plan hace hincapié en el marketing digital, para el que se han diseñado más de 30 acciones para dispositivos móviles. También se impulsa la transformación del portal www.andalucia.org y se busca convertir la comunidad en un ‘destino inteligente’.

El emisor nacional sigue siendo el prioritario en los esfuerzos promocionales. De hecho, Turismo Andaluz ha

creado acciones novedosas y planes específicos para este cliente. Los territorios de mayor interés en materia de marketing son Cataluña, País Vasco, Madrid, Aragón, Navarra y Castilla y León. En este sentido, la actuación más importante este año es la promoción ‘Siente Andalucía con los cinco sentidos’.

Dentro del ámbito internacional, Andalucía estará presente en la World Travel Market y la ITB. Albergará, por otro lado, la celebración de un foro sobre el Brexit y el Congreso de la Asociación de



El consejero de Turismo, Francisco Javier Fernández, ayer en Fitur.

Agencias de Viajes de Holanda. Se contemplan, también, acciones concretas en París, Moscú, Suecia, Noruega, Reino Unido y Alemania.

De cara a los emisores leja-

nos, se ha programado el Encuentro de Turismo Latinoamericano y se realizarán acciones para atraer visitantes de Estados Unidos, Canadá y Japón, mercados prioritarios.