



Avanzando hacia el futuro - Locos por viajar - Sector agencias de viajes en la actualidad - Balance 2018 - Evolución del mercado - Conexiones NDC ¿alternativa a los GDS?

Martin Sarrate

Director General de Julia Central de Viajes, Vicepresidente Económico-Financiero de CEAV y Presidente de ACAVE

EL SECTOR DE LAS AGENCIAS EN LA ACTUALIDAD (balance de estudio con Amadeus)

- Destacar el buen estado de salud de las agencias de viajes españolas. Han superado la crisis y el sector ha consolidado su espacio.
- El informe confirma que el sector ha superado la destrucción de tejido empresarial que se produjo durante la crisis
- En estos momentos operan alrededor de 4.500 agencias de viajes en España, que representan 9.500 puntos de venta
- Madrid, Cataluña y Andalucía concentran el 55% de las agencias de viajes y el 53% de los puntos de venta existentes en España El cliente actual contrata sus viajes a través de agencias de viajes por el trato personalizado, una mayor confianza que Internet, la percepción de una mayor seguridad, la facilidad en el proceso de reserva y pago y el asesoramiento de profesionales experimentados (10,5%), principales razones para acudir a una agencia física
- Las agencias españolas gestionan más de 32 millones de viajes en un año
- La mayor parte de esos viajes -alrededor de 28 millones- se realizaron con motivos vacacionales y 4,6 millones (14%) fueron por asuntos de negocios, en ambos casos principalmente a destinos nacionales
- La tasa de penetración de las agencias nacionales en el mercado de los viajes se aproxima al 38%, según los datos definitivos del II Estudio Estratégico del Sector de las Agencias de Viaje en España
- El turismo de sol y playa (18,5%), el familiar (17%) y las motivaciones de tipo cultural (14,2%) lideran las preferencias de los españoles a la hora de hacer sus reservas vacacionales en las agencias. Los viajeros de negocios, por su parte, se mueven principalmente para visitar a clientes o proveedores (43,9% de los viajeros), la asistencia a eventos (22,6%) y acciones de formación (22,3%).

En la Encuesta realizada entre las más de 550 agencias asociadas a ACAVE en toda España, las reservas para el mes de Diciembre, han sido:

- De media, las agencias esperan un crecimiento en el número de reservas en sus canales de venta del 5% respecto al mismo periodo del año pasado.
- Un 75% de las agencias calificó como buenas o muy buenas las previsiones de ventas para este final de año 2018
- Crece la tendencia de anticipar la: un 60% la efectúa entre 1 y 3 meses antes, mientras que un 15% lo hace con una antelación de entre 3 y 6 meses.
- Cada vez más anticiparse para beneficiarse de mayor variedad de oferta y precios más favorables, especialmente en el transporte aéreo.
 - Aumento significativo de las reservas para destinos de nieve, tanto estaciones de España, del resto de Europa como en otros continentes. Las reservas para destinos de esquí en torno al 30% del total.
 - Asimismo, destacan con un 12.5% del total de reservas los destinos españoles de turismo rural
 - Itinerarios por Europa y las grandes ciudades como Berlín, Londres, Praga, Roma, Venecia y Viena suponen un 8% del total de reservas. Los eligen por paseos, compras, oferta que ofrecen propuestas muy variadas, desde atractivos paseos para las compras, museos, además de una rica oferta gastronómica.
 - También destaca Estados Unidos y Nueva York con su tradicional fin de año en Times Square, que sigue y seguirá siendo uno de los destinos internacionales preferidos
 - Viajes a capitales del centro y del norte de Europa, que son elegidas en Navidad por sus atractivos mercadillos navideños o destinos más lejanos como Laponia, para visitar el hogar de Papa Noel.
 - Este año vuelven con fuerza destinos de Asia como Myanmar, Maldivas, Tailandia, Dubai o Sri Lanka.
 - También destinos sudamericanos y centroamericanos: Ecuador, Caribe, Costa Rica y México y también África y Safaris

BALANCE 2018

- Por primera vez, la encuesta de ACAVE ha preguntado a las agencias asociadas por una valoración para el conjunto de toda la temporada turística 2018.
- Ha sido una buena temporada: más de un 62% de los encuestados afirma haber registrado un crecimiento de su facturación de entre el 5 y el 10%
- Un 30% afirma haber alcanzado los mismos resultados que en 2017.
- Las familias han incrementado este año el presupuesto que destinan a viajes, y consecuencia están contratando vacaciones para destinos más remotos y esto está situando la demanda para países asiáticos en niveles similares a los de antes de la crisis.
- Algunas agencias han señalado que la celebración del mundial de Rusia ha generado la contratación de muchos más viajes a este país que en años anteriores.
- En contrapartida, los viajes de rusos a España han caído en un 10% este año.
- Recuperación de la demanda para un destino tradicional como era Egipto, que en los últimos años decayó por culpa de la inestabilidad política del país.
- Desde un punto de vista receptivo destaca el crecimiento de mercados de Oriente Medio, como son Emiratos Árabes y Omán, y de países asiáticos, como son India, Japón y Corea

EVOLUCIÓN DEL MERCADO

- Todavía es pronto para las previsiones del año 2019, pero todos los indicadores que tenemos nos permiten ser optimistas. En la encuesta a nuestros socios hemos preguntado acerca de sus previsiones, y más del 70% afirma que espera mantener la senda de crecimiento también este próximo año.
- La evolución del Mercado en la demanda de viajes está creciendo y crecerá las AA.VV van a ser un actor que seguirá teniendo un papel relevante
- Se prevé al menos el mantenimiento de la cuota de mercado actual de cara al futuro, a pesar de competidores existentes y futuros.
- Aumentará la venta On Line en las agencias físicas (especialmente en las grandes)
- Crecerá más la personalización de servicios en todas las etapas del viaje
- Excelente atención al cliente durante todo el ciclo del viaje
- La confianza en la agencia es un factor totalmente trascendental en el futuro para la contratación con las agencias, junto a la atención dada al cliente y la calidad ofrecida

- Captar y retener al cliente para planificar sus vacaciones y darle consejos útiles para generarle un valor añadido obteniendo una economía del tiempo para el cliente
- Cobrar por la información que se proporciona al cliente, por el tiempo /servicio que ofrecemos los agentes de viajes por esa tarea
- La tendencia es vender cada vez más experiencias y no solo servicios
- La demanda de viajes de lujo crecerá por encima de la media, este perfil de profesional está creciendo en determinadas agencias de viajes

Nuestra actividad es totalmente sensible a todos los cambios y nuevas circunstancias que puedan afectar a la economía y a nuestra sociedad y es fundamental trabajar para la continua adaptación de las Agencias de Viajes, organizando Foros de debate Jornadas - Formaciones - Realizando Estudios relacionados con nuestro Sector, que nos permitan dar respuesta a las nuevas demandas y necesidades

- Actualmente nuestra Asociación, ACAVE, se está preparando para asesorar a sus asociados en sus procesos de transformación digital: EL GRAN RETO Y OPORTUNIDAD DE LAS AGENCIAS PARA LOS PRÓXIMOS AÑOS.

Sin lugar a dudas la reactivación económica ha tenido un papel importante en nuestro crecimiento, pero la capacidad innovadora y de adaptación de las Agencias de Viajes a los nuevos tiempos también ha jugado un papel muy importante. No podemos olvidar que se trata de un Sector formado principalmente por Pymes y Micro Pymes, que ha apostado por la profesionalidad, contando con un personal formado y cualificado, y por la constante innovación tecnológica y que después de años de crisis podemos asegurar que se han recuperado las cifras de empleo, muy por encima del año 2007.

Al final en estos retos continuos tenemos las conexiones NDC de las Cias Aéreas y que a día de hoy no están preparadas para dar respuesta a las necesidades de las Agencias de Viajes. Además no se ha contado con nosotros para dar la opinión profesional sobre los contenidos y su utilidad y actualmente no son una alternativa a los GDS, pues no ofrecen las mismas funcionalidades y son nuestros aliados tecnológicos

Y me gustaría terminar con una cita de Confucio: **“Estudia el pasado si quieres definir el futuro”.**