

TT.OO. y AA.VV. - Nacional

El 42% de las agencias asegura haber tenido un leve aumento en sus ventas

HOSTELTUR • 30-04-2007

A un paso de la temporada alta, el primer trimestre del año nunca ha sido fundamental para realizar una previsión anual, aunque un buen comportamiento de las ventas alienta y da confianza a los empresarios. El 42% de las agencias de viajes españolas y los turoperadores encuestados por Exceltur asegura que de enero a marzo ha tenido un leve incremento en las ventas con respecto al mismo periodo de 2006.



De hecho sólo un 11,5% de los profesionales del sector había observado caídas en las ventas durante estos meses en sus unidades de negocio. Un dato a destacar es que en general el consumo de los españoles se ha dirigido a destinos fuera de las fronteras nacionales. Por lo que ha experimentado una mayor aceleración en su crecimiento los viajes internacionales, tras haber pasado la ralentización del pasado año. Los destinos estrella han sido América del Norte y el Caribe.

Por otra parte, dentro de los destinos nacionales, el incremento generalizado de las ventas ha sido para Canarias, así como para sitios peninsulares de sol y playa, por ejemplo la Comunitat Valenciana y Andalucía. Sin embargo, se observa un cierto consenso en el estancamiento de las ventas en Extremadura, Galicia, País Vasco y Navarra. Según Exceltur existe la posibilidad de que este leve crecimiento interanual -percibido por el sector de la distribución como positivo- se prolongue durante el segundo trimestre.

El año pasado fue el mejor desde 2002

El balance del año turístico 2006 en clave de facturación y de rentabilidad se configura como el más positivo para los grandes grupos emisores españoles desde 2002, año en que se puso en marcha la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur.

En cuanto al sector emisor, los grandes grupos de agencias y los turoperadores españoles aseguran haber tenido un año muy favorable, tanto en términos de ventas, como de rentabilidad empresarial. La principal causa, según el vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda es el crecimiento del consumo turístico interno a pesar del descenso en la comercialización durante el tercer trimestre del año pasado. De hecho, la rápida y adecuada respuesta de este subsector a estos primeros síntomas de desaceleración de los ritmos de crecimiento de la demanda de los españoles a través de campañas de promoción y reducciones de precios, ha impulsado la reactivación observada en cuarto trimestre de 2006.

Este repunte de la demanda interna se ha concretado en crecimientos de facturación de las agencias derivado de la venta de viajes a destinos domésticos y en la vuelta al aumento en el consumo de los destinos de larga distancia y los city breaks. Dentro de los destinos vacacionales españoles, el consenso ha sido unánime en cuanto al crecimiento en ventas de los últimos tres meses de 2006. El benigno clima de estos meses ha favorecido el crecimiento de las ventas hacia Baleares y Canarias.

En concreto, según la opinión mayoría de los empresarios el año pasado registró un nuevo y notable incremento de las ventas en los grandes grupos de agencias de viajes y turoperadores españoles. El 42,5% de los gestores de agencias de viajes cifraba el aumento de las ventas entre el 5 y el 10%, mientras un 45,5% había disfrutado de aumentos superiores al 10%. El 58,2% de las agencias consiguió incrementar sus beneficios por encima del 10%.

Sección Agencias(agencias@hosteltur.com)