

Un sector muy tocado por la crisis

Descenso del volumen de ventas



El sector pasa por un duro proceso de reestructuración. El pasado año, 1.800 sucursales tuvieron que echar el cierre debido a la menor demanda

La crisis obligará a cerrar este año mil puntos de venta de agencias de viajes

8 Agosto 10 - Lucía Puig

Como otros sectores de la economía, el de las agencias de viajes también vive un proceso de concentración.

MADRID- La posible huelga de los controladores aéreos podría empeorar todavía más las cosas en un sector, el turístico, ya de por sí muy golpeado por la crisis. Durante este año, entre 500 y 1.000 puntos de venta de agencias de viajes desaparecerán, con el agravante de que uno de cada cuatro de estos establecimientos abrió sus puertas hace menos de tres años. Ángel Butrageño, director consultor de turismo de Brain Trust, asegura que, además, los cierres seguirán durante los próximos años y prevé que en 2015 los puntos de venta se habrán reducido otro 30%.

Además de la crisis, la venta en internet es uno de los mayores enemigos de las agencias, ya que los viajes son el producto más vendido en internet. «Las nuevas generaciones compran todo en la red», explica Butrageño. Si bien con el «boom» de internet las agencias crecieron cuando los pronósticos decían que desaparecería el 50%, ahora la situación es diferente, ya que la crisis está acelerando el proceso de concentración, cierres y adquisiciones. Tras años de bonanza, de expansión, de aperturas de oficinas en todas partes, de gran capacidad de gasto y poco ahorro, ha llegado la hora de ajustarse el cinturón.

Movimientos

Como consecuencia, en el año 2015 el 75% de las agencias formarán parte de grandes marcas y el 25% restante serán agencias pequeñas e independientes. Ya ha habido movimientos en este sentido en el sector. El grupo Globalia (Halcón Viajes) adquirió Viajes Gheisa, mientras que Carlson Wagonlit Travel (CWT) se ha hecho con Viajes Mapfre. En el sector de viajes de empresa, Barceló se ha unido con American Express en una «joint venture».

Sin embargo, este proceso de depuración del sector ha provocado que en 2009 desaparecieran 1.800 puntos de venta. Según un estudio elaborado por Amadeus y la Asociación Catalana de Agencias de Viajes (ACAV), unas 5.500 agencias de viajes operan en España con 14.500 oficinas.

El sector del turismo, como otros, está atravesando dificultades por la crisis. Y el proceso de concentración, iniciado en 2008, se prolongará todavía durante este año y durará hasta que la oferta se ajuste a la demanda.

Francisco Carenero, presidente de la ACAV, explica que las agencias de viajes han crecido por encima de sus necesidades. En cuanto a las expectativas, cree que dependen mucho de la situación macroeconómica y que el ritmo de cierres se moderará en los próximos meses, por lo que será el mercado el que haga el ajuste.

Desde Exceltur, José Luis Zoreda, vicepresidente de la Alianza para la Excelencia Turística, cree que ha habido sobreoferta en todos los subsectores, ya sea en el aéreo o en las agencias. Al final sobrevivirán «los que se especialicen y ofrezcan un producto con valor añadido», explica Zoreda, que cree que la concentración del sector puede darse por alianzas más que por compras, porque no se facilita el acceso al crédito.

El cierre de tantos puntos de venta responde a que el modelo de negocio ahora no es rentable. Las agencias de viajes se hayan inmersas en una «guerra de precios» sin precedentes basada en descuentos como 2x1, niños gratis o rebaja por compra anticipada, entre otros. El peligro reside en que cuando la demanda de viajes repunte, será muy difícil volver al nivel de precios anterior a la crisis económica porque el consumidor ya se habrá acostumbrado a pagar menos por los viajes.