

Varios índices coinciden en señalar un repunte del emisor español

## Las agencias de viajes comienzan a ver brotes verdes

30 NOVIEMBRE, 2013

Los índices estadísticos de los últimos meses están siendo positivos para las agencias de viajes por primera vez en años. El sector no quiere lanzar las campanas al vuelo, pero miran con esperanza estas señales que podría suponer una cierta recuperación de la actividad.

---

**El sector español de agencias de viajes es uno de los más huérfanos de estudios, informes y estadísticas fiables.** Ni la administración ni el propio sector se ha preocupado de dotarse de indicadores que les ayuden a analizar las tendencias de su actividad. No obstante, hay algunos índices que resultan válidos para ver por dónde van los tiros. Especialmente las cifras que manejan los proveedores sobre el canal de venta de su producto que representan las agencias de viajes.

En este sentido cabe destacar la **producción del BSP de IATA**, referente a las ventas de producto aéreo regular a través de las agencias con licencia de venta de la asociación aérea, cuyo número ha decrecido en los últimos años, pero siguen siendo mayoría en el sector.

### Aumenta el BSP

A tenor de las cifras del BSP, **las ventas de billetes de avión** de las agencias de viajes españolas han crecido en los dos últimos meses de producción conocida, septiembre y octubre. En septiembre creció un 4% gracias al aumento de la producción de vuelos internacionales en un 6% y pese al descenso del 5% del nacional.

Mientras que el **octubre repite el aumento de 4%** pero con un mejor comportamiento del doméstico que repitió cifras respecto al mismo mes de 2012. No obstante, el acumulado anual todavía se mantiene en índices negativos, el 6%, un punto menos que el mes anterior.

### Aumenta Familitur

Estos índices del BSP tienen un reflejo en las estadísticas de **Familitur** que elabora el **Instituto de Estudios Turísticos (IET)**, si bien su fiabilidad es menor al no estar basada en cifras concretas, sino en encuestas en hogares.



El informe Familitur analiza los movimientos turísticos de los españoles y refleja en octubre un aumento de actividad parecido al del BSP de IATA. Según el IET, ese mes los españoles viajaron un 5,2% más. Sin embargo, el origen del crecimiento es contrario. Según el informe, el aumento vino de la mano de los viajes internos, mientras que los internacionales se mantuvieron estables.

### **Más ventas para el puente de la Constitución**

Estas cifras vienen acompañadas por la percepción que se tiene en **el sector de agencias de viajes de que este año se está vendiendo algo más que en 2012**, sin bien los niveles de rentabilidad no acaban de levantar cabeza.

En este sentido, el presidente de **(CEAV), Rafael Gallego**, apunta que de cara al **Puente de la Constitución** “las agencias están viendo una mayor anticipación en las reservas, además de un mayor volumen de reservas”.

Mientras que las agencias de viajes especializadas en el **business travel** cuyo comportamiento está siendo mejor que las vacacionales, también aprecian mayores repuntes. A este respecto, el **Observatorio GEBTA** ha registrado datos positivos por primera vez desde 2010. Unos datos que tienen su origen en el mejor comportamiento empresarial y el **aumento de las exportaciones** con el correspondiente aumento de la movilidad y de los viajes.

### **Continúan los reajustes**

Y estos incipientes datos positivos ocurren a la vez que el sector sigue en pleno proceso de reestructuración y ajustes. En octubre las agencias perdieron 2.300 empleos y se prevé que el año acabe con más de 800 cierres de empresas, en lo que supone una mayor incidencia en quiebras que en desempleo

Unos cierres que, por otro lado, vienen acompañados de nuevas aperturas de agencias con un perfil más low cost que nacen con los recortes ya hechos. Aunque claramente el nivel de aperturas es menor que el de cierres, manteniéndose el proceso de redimensionamiento.

---

Tags: BSP, Gebta, agencias de viajes, Rafael Gallego, IET, Familitur, empleo en agencias, cierre agencias, CEAV, mercado español, tourspain,

**0 COMENTARIOS.**

---

## NOTICIAS RELACIONADAS



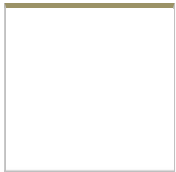
Las agencias tienen motivos para la esperanza



Las agencias venden un 4% más de business travel



Las agencias catalanas también ven brotes verdes



Rafael Gallego: “El futuro de la agencia, más que la especialización, es el servicio al cliente”

---

MÁS RELACIONADAS