



## Noticias Marzo



► 4 Marzo, 2019

# ACAVE organiza sesiones formativas

## Espera superar los 600 agentes de viajes participantes en toda España

La Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) organizará seminarios en toda España ante la incertidumbre y dudas que ha generado la repentina entrada en vigor de la nueva Ley de Viajes Combinados. Hasta el momento ha realizado sesiones en Barcelona, Madrid, Girona, Tarragona, Lleida, Ibiza y Palma de Mallorca, donde han participado más de 350 agentes de viajes.

Además, están ya programadas otras jornadas en Bilbao, A Coruña, Granada y Sevilla, a las que previsiblemente se sumarán otras ciudades del territorio español. Una vez se complete esta segunda ronda, la Organización estima que más de 600 agentes habrán participado en esta acción formativa.

Después de la primera oleada, se ha puesto de manifiesto que los temas que más preocupan a las agencias de viajes españolas son las definiciones de viaje combinado y de servicio de viaje vincula-



Martí Sarrate

do, así como cuáles son los datos que debe incluir la información precontractual que las agencias de viajes tienen la obligación de facilitar a los viajeros.

Además de estas cuestiones, otros cambios de relevancia incluidos en la nueva normativa son la

ampliación del concepto de viaje combinados, incluyendo nuevas formas de contratación; el mantenimiento de la responsabilidad solidaria entre organizadores y minoristas; y el establecimiento de la obligación de disponer de una garantía para casos de insolvencia del organizador y del minorista, así como una garantía que responda de la correcta prestación de servicios, extralimitándose así a lo dispuesto en la Directiva de Viajes Combinados.

### Documentos para los asociados

ACAVE asegura tener "un gran conocimiento técnico de la nueva normativa", recordando que participó

desde su origen en el proceso de elaboración de la Directiva de la Unión Europea como miembro de la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA), así como en el proceso de transposición en España. Asimismo, su asesoría jurídica, nada más aprobarse el cambio normativo, redactó modelos de condiciones generales, de contratos de viaje combinados y de información precontractual, documentos que están a disposición de todos los asociados.

En estas sesiones formativas, abiertas a cualquier agencia de viajes, con independencia de que estén asociadas o no, participan la gerente de ACAVE, Catiana Tur, y la responsable de la asesoría jurídica, Ana Barluenga. Según detalla la Asociación, se trata de jornadas abiertas y participativas, en las que se exponen los principales temas prácticos que comporta la nueva normativa en el día a día de una agencia de viajes, se aclaran las dudas de los participantes y se informa de la nueva Ley, entregándose también un dossier informativo.

## UNAV, en contra del 'plan de expansión' de ACAVE

"Desde el nacimiento de nuestro proyecto común de CEAV, las Asociaciones estamos unidas y nunca deberíamos competir entre nosotras, sino más bien aunar los esfuerzos de todos por el bien del Sector y colaborar para solucionar los máximos asuntos posibles y defender a nuestras agencias", afirma el presidente de la Unión de



Carlos Garrido

Agencias de Viajes (UNAV), Carlos Garrido, ante los planes de expansión nacional de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE). "Me recuerdan a cuando las Asociaciones estaban divididas", asegura, y se muestra convencido de que "ACAVE reconsiderará esta práctica". ➤ **Escapate en pág. 10**



# Carlos Garrido: 'No debemos competir entre nosotros'

Al igual que hiciese su antecesor (José Luis Prieto), el presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), Carlos Garrido, hace pública su disconformidad con la expansión nacional de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), que tiene previsto el lanzamiento de un plan de marketing para impulsarla "todavía más". "Desde el nacimiento de nuestro proyecto común de CEAV, las Asociaciones estamos unidas y nunca deberíamos competir entre nosotras, sino más bien aunar los esfuerzos de todos por el bien del Sector y colaborar para solucionar los máximos asuntos posibles y defender a nuestras agencias de viajes", sostiene.

En una entrevista concedida a NEXOTUR, Garrido explica que este tipo de estrategias "me recuerdan a épocas muy antiguas, cuando las Asociaciones estaban divididas". "Pero hoy, afortunadamente, estamos muy unidos y no tienen ninguna razón de ser



Carlos Garrido

estas expansiones territoriales", remarca, asegurando que se trata de "un sentimiento compartido por la práctica totalidad de las Organizaciones y por eso estamos convencidos de que ACAVE reconsiderará esta práctica en el futuro y se dará cuenta de que ciertamente no conduce a ninguna parte".

## Asociaciones territoriales

En su opinión, los miembros de CEAV deberían respetar aquellos territorios donde ya existe una Asociación sólida, tal y como ocurre "en el resto de sectores o en la propia Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE)". "Lo lógico es que haya una Confederación que aglutine a las diversas Asociaciones territoriales debido a que es la manera de unificar criterios, colaborar y hacer un colectivo más fuerte y unido frente a los problemas reales de las agencias, que no son pocos".



NORBERT  
FIEBIG

*Densidad inferior*

PÁG. 11 / Alemania cuenta con 13 agencias por cada 100.000 habitantes

A black and white line drawing of a man with glasses, wearing a suit and tie. The drawing is positioned to the left of the text.



# Alemania tiene 13 agencias de viajes por cada 100.000 habitantes, la mitad que España

En el país germano han desaparecido cerca de 400 puntos de venta en tan solo dos años

Alemania, junto a Reino Unido el gran mercado emisor de turistas del viejo continente, tiene una densidad de agencias de viajes por habitantes significativamente inferior en relación a España. Según los datos recabados por la Asociación Alemana de Agencias de Viajes (DRV), al cierre del pasado año 2018 operaban en el país un total de 11.029 puntos de venta. Teniendo en cuenta que la cifra de residentes es de 82,8 millones, hay 13,3 puntos de venta por cada 100.000 habitan-

tes, o lo que es lo mismo, una oficina por cada 7.506 personas.

## Sector sobredimensionado

A pesar de que el poder adquisitivo del consumidor español está a años luz del alemán, la densidad de agencias por habitantes es muy superior. Según el último informe publicado por Amadeus España y la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), hay aproximadamente

9.500 puntos de venta repartidos por el territorio nacional, en el que habitan 46,6 millones de personas.

Por lo tanto, por cada 100.000 residentes en España hay 20,4 oficinas (una por cada 4.902 personas). A pesar de que desde el estallido de la crisis económica ha desaparecido una tercera parte del parque de agencias (unas 5.000 han dejado de operar), estos datos vendrían a demostrar que el Sector sigue sobredimensionado, como ya han advertido en reiteradas ocasiones

directivos y expertos consultados por el periódico NEXOTUR.

Volviendo al mercado alemán, cabe destacar que el buen momento que atraviesa la economía y, por ende, el negocio turístico, no evita que se produzca una progresiva reducción del número de agencias abiertas al público. En 2018 se ha registrado un descenso del 0,8%. Un año antes, en 2017, la caída fue del 2,7%, pasándose de las 11.422 oficinas que había en 2016 a 11.116 al cierre del citado ejercicio.



El presidente de DRV, Norbert Fiebig.



El pulso de la ciudad

# Un local para subirse por las paredes

**PABLO PORTABALES**  
 pablo.portabales@radiovoz.com

**1** Mañana subirán otro pedáneo. «El año pasado cogimos este bajo como sede de la entidad y ahora acondicionamos una gran parte para sala de entrenamiento. Disponemos de 135 metros cuadrados escalables y un equipamiento de lo más moderno que existe», resume **Mariquiña Castiñeira**, directora de la escuela de escalada de AMI (Agrupación de Montañeros Independientes). De cuatro a ocho de la tarde ya tienen apuntadas a más de ochenta personas a un maratón de escalada para el que ya no quedan plazas libres. «Hasta ahora íbamos al frontón de Riazor, y seguiremos yendo porque esta nueva instalación no tiene cuerdas, solo bloques y colchonetas», explica desde la calle Padre Sarmiento, en el entorno del parque de Santa Margarita, donde se ubica este local para subirse por las paredes. El presidente de este colectivo que cuenta con más de 300 socios es **Félix Criado** y mañana no podrá estar en la inauguración porque es miembro de la expedición al K2 que lidera el alpinista **Álex Txikon**. Sí que estará el gran **Finuco Martínez**, socio de honor, fundador, inspirador y un referente de la escalada coruñesa. «Seguimos creciendo porque cada vez contamos con más practicantes.

Mariquiña Castiñeira, directora de la escuela de escalada de la Agrupación de Montañeros Independientes, en su sede de la calle Padre Sarmiento donde mañana inauguran una espectacular zona de escalada de más de cien metros cuadrados.  
 ÁNGEL MANSO



1

mos la suerte de contar con algo intemporal, el nuevo 911, en constante evolución pero siempre fiel a sí mismo», afirman desde el concesionario de Perillo.

## De cara a Semana Santa

**3** Los profesionales del sector turístico se dieron cita ayer en el hotel Meliá María Pita. La Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave) presentó las principales novedades «de cara a Semana Santa y el verano. Contamos con un total de 32 operadores y contamos con más de 150 agentes de viajes emisores gallegos», destacan sus promotores.

## Casa Claudio

**4** Vinos de gran calidad y exclusividad se pudieron probar anoche en Casa Claudio. Por ejemplo el imponente Tilo de Cuzcurrita del 2013, una joya que anda en torno a los cien euros. **Ana Martín**, directora técnica y enóloga, y **Juan Díaz del Corral**, gerente de esta bodega de la Rioja, dirigieron la cata. Distintas añadas de Cerrado del Castillo, el Señoría de Cuzcurrita del 2014 y el citado Tilo fueron los protagonistas.



**2** En el Centro Porsche de la avenida das Mariñas se presentó por todo lo alto la octava generación de un coche legendario, el 911, que desde el concesionario dicen que es «la máquina eterna».  
 EDUARDO PÉREZ

## El octavo 911

**2** El centro Porsche se llenó de amantes de la marca, curiosos, fans del automóvil y soñadores con motivo de la presentación de la octava generación del Porsche 911, a la que califican como la máquina eterna. «Vivimos tiempos en que todo cambia a velocidad vertiginosa y casi nada permanece. Nosotros tene-



Una asociación de agencias de viaje organizó en el hotel Meliá la presentación de las novedades turísticas. EDUARDO PÉREZ



En Casa Claudio de la calle San Andrés se celebró una cata de los vinos de la bodega riojana Castillo de Cuzcurrita. EDUARDO PÉREZ

4

## La mitad de los agentes no tienen estudios de Turismo

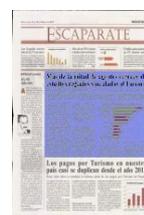
En el Sector de agencias de viajes el 58,2% de los trabajadores cuenta con estudios universitarios, mientras que un nada desdeñable 52,8% no dispone de estudios reglados vinculados al Turismo, según el 'II Estudio Estratégico de las Agencias de Viajes Españolas', de Amadeus España y la Asociación Catalana de Agencias de Via-



Martí Sarrate

jes Especializadas (ACA-VE). Un 37% posee estudios secundarios (bachillerato o formación profesional) y un 4,8% únicamente cuenta con estudios primarios. Pese a ello, se trata de un Sector altamente cualificado y en el que el 92% de los empleados tiene más de cinco años de experiencia.

Escaparate en pág. 5



▶ 18 Marzo, 2019

# Más de la mitad de agentes carecen de estudios reglados vinculados al Turismo

Más del 92% de los ocupados llevan en el Sector de las agencias más de cinco años

Aunque predominan los trabajadores con carrera universitaria, con más del 58% del total, llama la atención que cerca del 53% no dispone de estudios reglados vinculados al Turismo. Pese a ello, se trata de un Sector altamente cualificado y en el que la gran mayoría de empleados tiene más de cinco años de experiencia. Así se extráe del II Estudio Estratégico de las Agencias de Viajes Españolas.

El 52,8% de los agentes de viajes que desarrollan su actividad en España no ha realizado estudios reglados específicamente relacionados con el Turismo, frente al 47,2% restante que sí dispone de una titulación vinculada a la industria. Pese a ello, el nivel de estudios de los trabajadores del Sector es elevado, con un 58,2% con estudios universitarios. Un 37% posee estudios secundarios (bachillerato o formación profesional), mientras que un 4,8% únicamente cuenta con estudios primarios.

Según la información recogida en el II Estudio Estratégico de las Agencias de Viajes Españolas, elaborado por Amadeus España y la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), más de la mitad de los agentes de viajes ha realizado recientemente cursos relacionados con el Sector. Los más solicitados son sobre aplicaciones de reserva de productos turísticos, prevención de riesgos

laborales, informática en general e idiomas, con porcentajes respectivos del 38,8%, 33,4%, 28,2% y 26,8%. Por detrás figuran comercial-ventas (22%), administración-contabilidad (12,9%), trabajo en equipo (12,9%), marketing (12,8%), habilidades interpersonales (10,5%) y planificación de contenidos de páginas web y redes sociales (9,8%).

## Más formación adicional

La proporción de empleados que ha recibido recientemente formación adicional crece ligeramente respecto a 2009, cuando se publicó el primer informe de Amadeus España y ACAVE. En comparación con dicha encuesta, el porcentaje de empleados que han realizado cursos específicos del Sector Turístico o agencias de viajes, idiomas y prevención de riesgos laborales, es similar. En cambio, se ha reducido en materia comercial-ventas, informática y administración-contabilidad.

## Cursos más solicitados por los agentes de viajes



Fuente: II Estudio Estratégico de las Agencias de Viajes Españolas.

© NEXOTUR

Más allá de la formación, el informe revela que la experiencia de los agentes de viajes tiende a ser elevada. Más del 92% de los ocupados llevan trabajando en dicho sector desde hace más de cinco años,

mientras que un 9% tiene entre dos y cinco años de experiencia laboral. Esta estabilidad está en línea con la propia solidez del Sector (el 85% de las empresas tienen más de ocho años de antigüedad).



## Las reservas de viajes para Semana Santa suben un 10%

Canarias lidera las preferencias de los destinos nacionales

EUROPA PRESS / MADRID

■ Las islas Canarias encabezan las reservas de los españoles que han optado por quedarse dentro de las fronteras del país esta Semana Santa, situando sus costas como el sitio favorito para estar en esos días de descanso.

Así lo explicó en rueda de prensa este miércoles el presidente de las agencias de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAve), Martí Sarrate, quien resaltó que el 70% de los nacionales que optan por quedarse en España han reservado destinos de costa.

Por detrás de Canarias se sitúan otros destinos de mar como Cataluña, Andalucía y Baleares, según ha precisado ACAve, que prevé un aumento de las reservas del 10 por ciento para Semana Santa respecto al mismo periodo del año pasado, en la línea de la previsión anual.

Sarrate -en la rueda de prensa junto a la gerente de la agencia, Catiana Tur, y el delegado de Zona Este Iberia, Santiago Escuder- aseguró que el crecimiento sostenido del sector de las agencias desde 2014, situado entre el 5% y el 10%, hace que éste se ya se encuentre «fuera de peligro».

Afirmó que antes de la crisis, el sector estaba muy atomizado y saturado, y que el cierre de la mitad de los puntos de venta y de un millar de agencias ha derivado en un estado saludable del sector: «Incluso están habiendo nuevas aperturas y se ha potenciado la especialización».

Según la encuesta realizada entre sus más de 500 asociados, la gente a vuelto a planificar y reservar los viajes con entre dos y tres meses de antelación, aunque aún quedan «muchas plazas disponibles» que esperan cubrir hasta dos semanas antes del inicio de las vacaciones.

Entre los españoles que han elegido destinos nacionales, más de un 70% han reservado destinos de costa como Canarias, que ha vuelto a situarse en primer lugar, seguida de las costas de Cataluña, Andalucía y Baleares.

Un 20% se decanta por ofertas de turismo cultural y se centra en Madrid y Barcelona, mientras que el 10% restante prefiere pasar las vacaciones de Pascua haciendo turismo rural y de montaña.



# Canarias lidera las reservas de los españoles para la Semana Santa

EUROPA PRESS

Santa Cruz de Tenerife

Canarias encabeza las reservas de los españoles que han optado por quedarse dentro de las fronteras del país esta Semana Santa, situando sus costas como el sitio favorito para estar en esos días de descanso. Así lo explicó el presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), Martí Sarrate, quien resaltó que el 70% de los nacionales que optan por quedarse en España han reservado destinos de costa.

Por detrás de Canarias se sitúan otros destinos de mar como Cataluña, Andalucía y Baleares, según ACAVE, que prevé un aumento de las reservas del 10% para Semana Santa respecto al mismo periodo del año pasado, en la línea de la previsión anual. Sarrate aseguró que el crecimiento sostenido del sector de las agencias desde 2014 hace que este ya se encuentre "fuera de peligro".

## SEMANA SANTA

# Canarias lidera las reservas de los turistas españoles

**Europa Press**, Las Palmas de GC

Las islas Canarias encabezan las reservas de los españoles que han optado por quedarse dentro de las fronteras del país esta Semana Santa, situando sus costas como el sitio favorito para estar en los días de descanso.

Así lo explicó en rueda de prensa el presidente de las agencias de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVe), Martí Sarrate, quien resaltó que el 70 por ciento de los nacionales que optan por quedarse en España reservaron destinos de costa.

Por detrás de Canarias se sitúan otros destinos de mar como Cataluña, Andalucía y Baleares, según ha precisado ACAVe, que prevé un aumento de las reservas del 10 por ciento para Semana Santa respecto al mismo periodo del año pasado, en la línea de la previsión anual.

Sarrate aseguró que el crecimiento sostenido del sector de las agencias desde 2014, situado entre el cinco y el 10 por ciento, hace que éste se ya se encuentre “fuera de peligro”.

Agregó que, antes de la crisis, el sector estaba muy atomizado y saturado, y que el cierre de la mitad de los puntos de venta y de un millar de agencias derivó en un estado saludable del sector: “Incluso está habiendo nuevas aperturas y se ha potenciado la especialización. Los que han subsistido están vacunados”, comentó.



► 24 Marzo, 2019



## Las agencias de viajes prevén que las reservas de Semana Santa crezcan un 10%

► El 70% de los españoles ha escogido un destino de costa para pasar sus vacaciones de Semana Santa, especialmente Canarias, seguido del litoral catalán, el andaluz y Balears

EP PALMA

■ Las reservas de viajes para Semana Santa crecerán alrededor de un 10% respecto al año pasado y se centrarán sobre todo en el litoral, según las previsiones de la Asociación Corporativa de Agencias de Viaje Especializadas (ACAVe), la patronal del sector.

El presidente de la entidad, Martí Sarrate, ha asegurado este miércoles que se afianza así el porcentaje de crecimiento de las contrataciones vacacionales, para las cuales también pronostican una subida del 10% en el conjunto de 2019.

Hasta el momento, el 70% de los españoles ha escogido un destino de costa para pasar sus vacaciones de Semana Santa, especialmente Canarias, seguido del litoral catalán, el andaluz y Balears.

Una elección que relega a las vacaciones de esquí debido al propio calendario de Semana Santa, que se celebra este año a finales de abril, cuando muchas pistas ya están cerradas.

### Otros destinos

Por otro lado, el 20% de las reservas se han realizado para destinos urbanos, con Madrid y Barcelona a la cabeza, mientras que el 10% restante hará turismo rural y de montaña.

Entre los turistas que viajan fuera de España, el 55% lo hará a capitales europeas y las más elegidas por ahora han sido París, Londres, Roma, Berlín, Viena y Praga.

No obstante, un 30% volará a países de Asia como Vietnam, Sri Lanka, Tailandia o Japón, y el 15% ha escogido destinos de África como Egipto o del Oriente Medio como Jordania o Dubai.

demás, entre el 70% y el 80% de las agencias receptoras, trabajará con turistas nacionales, mientras

que del 20 a 30% de viajeros internacionales que contratan estos servicios se decantan por destinos costeros.

De acuerdo con Sarrate, el aumento continuado de las reservas de viajes se debe a la recuperación económica del país y al incremento del empleo, que ha impulsado el poder adquisitivo de las familias después de la crisis. "Este crecimiento es sostenible desde 2014 y afianza la consistencia del sector, que está asentado, fuera de peligro y deja atrás años de penuria muy duros", ha afirmado Sarrate.

Tras dar a conocer estos datos, el presidente de ACAVe, que engloba a unas 500 agencias nacionales, ha vaticinado que "será un año bueno".

Ha explicado asimismo que se consolida la tendencia "precrisis" de reservar con dos y tres meses de antelación, pese a que todavía existen plazas disponibles para esta Semana Santa.

Y para que estas proyecciones se afiancen, el presidente de ACAVe ha apostado por potenciar "un turismo de calidad y no de cantidad" y fortalecer las relaciones público-privadas para lanzar "más campañas de sensibilización" ciudadana. En su opinión, "la gente se tiene que dar cuenta de la importancia del turismo y de que éste no viene a molestar" y sí -ha dicho- a generar riqueza. Sarrate también ha descartado que la situación política en España, con el juicio del *procés* en marcha, afecte a la llegada de turistas internacionales, ni en Semana Santa ni tampoco en verano.

"Después de 2017 y del atentado de Barcelona estamos vacunados. Había mucho miedo pero al final vemos que la gente no mezcla temas políticos con viajes", ha concluido.

# Prensa digital

MAHALA

Comunicación  
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova,  
9 – 4<sup>o</sup>1<sup>a</sup>  
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C  
28005 Madrid  
[www.mahala.es](http://www.mahala.es)

Partners en:  
París, Milán, Berlín,  
Londres, Los Angeles

# Alemania tiene 13 agencias por cada 100.000 habitantes, la mitad que España

NEXOTUR | Lunes 4 de Marzo de 2019, 06:00h

Alemania, junto a Reino Unido el gran mercado emisor de turistas del viejo continente, tiene una **densidad de agencias de viajes por habitantes significativamente inferior** en relación a España. Según los datos recabados por la [Asociación Alemana de Agencias de Viajes \(DRV\)](#), al cierre de 2018 operaban en el país un total de 11.029 puntos de venta. Teniendo en cuenta que la cifra de residentes es de 82,8 millones, hay 13,3 puntos de venta por cada 100.000 habitantes, o lo que es lo mismo, una oficina por cada 7.506 personas.



El presidente de DRV, Norbert Fiebig.

En Alemania han desaparecido cerca de 400 puntos de venta en dos años

46,6 millones de personas.

A pesar de que **el poder adquisitivo del consumidor español está a años luz del alemán**, la densidad de agencias por habitantes es muy superior. [Según el último informe publicado por Amadeus España y la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas \(ACAIVE\)](#), hay aproximadamente 9.500 puntos de venta repartidos por el territorio nacional, en el que habitan

## En España hay más de 20 oficinas por cada 100.000 habitantes

Por lo tanto, **por cada 100.000 residentes en España hay 20,4 oficinas** (una por cada 4.902 personas). A pesar de que desde el estallido de la crisis económica ha desaparecido una tercera parte del parque de agencias (unas 5.000 han dejado de operar), estos datos vendrían a demostrar que el Sector sigue sobredimensionado, [como ya han advertido en reiteradas ocasiones directivos y expertos consultados por NEXOTUR](#).

[Volviendo al mercado alemán](#), cabe destacar que el buen momento que atraviesa la economía y, por ende, el negocio turístico, no evita que se produzca una **progresiva reducción del número de agencias abiertas al público**. En 2018 se ha registrado un descenso del 0,8%. Un año antes, en 2017, la caída fue del 2,7%, pasándose de las 11.422 oficinas que había en 2016 a 11.116 al cierre del citado ejercicio.

LÍDERES EN AGENCIAS, CADENAS HOTELERAS Y AEROLÍNEAS

## 8 de marzo: las mujeres que pisan fuerte en el sector turístico español

Temas relacionados: Air Europa, Airbus, Ávoris, Azul Marino Viajes, Barceló, Booking, Globalia, Grupo Piñero, Halcón, IAG, IAG7 Viajes, Iberostar, Nautalia, RIU, VECI, Vueling



La presencia femenina en el sector turístico de nuestro país cobra fuerza con el tiempo hasta ocupar a día de hoy destacados puestos de liderazgo en los distintos subsectores: agencias e intermediación, aéreo, hotelero y asociativo. Este viernes, Día Internacional de la Mujer en el que diferentes colectivos convocan sendas manifestaciones, *preferente.com* hace un recuento con algunas de las mujeres que pisan fuerte en el panorama turístico nacional.

### AGENCIAS DE VIAJE

El sector de las agencias de viaje y la intermediación es uno de los que más mujeres tiene en su plantilla. Si bien, son menos las que ocupan puestos directivos, cada vez son más las que escalan peldaños en esa dirección. Es el caso de las principales redes de agencias de este país que cuentan con equipos liderados por mujeres ([Mujeres en Turismo: más poder pero aún lejos de la paridad](#)).

La dirección de Viajes El Corte Inglés (VECI) tiene el respaldo de Laura Turrion García como Contract Product Manager quien trabaja junto con Nuria Peñaranda y Susana Palancares, así como de Laura Pérez Martín, VP Distance Sales Division, y Laura Pinto, Web Product Contracting Manager, entre otras ([VECI: las 5 mujeres en las que se apoya De la Mata](#)).

En Ávoris, el 72% de su plantilla corresponde a mujeres, así como 30 de sus mandos intermedios. Entre sus directivas están: María Ángeles Izquierdo, directora de BI y encargada de liderar proyectos de transformación digital; Inmaculada Fernández, directora Nacional de las tiendas tipo Flagships y Premium; Patricia Real, directora de Compras y Servicios Generales; Cristina Gómez Amigo, directora nacional de Operaciones de BCD Travel; Ana García, directora de Marketing de Ávoris; Jacinta Fernández, directora nacional comercial de Special Tours; Pilar Gil, directora nacional comercial de Catai; Ruth Rubio, directora general de Orbest; Maje Lope, Country Manager Miami y Begoña Estelrich, directora de Legal y Calidad.

Por su parte, Halcón Viajes y Viajes Ecuador está dirigida desde octubre de 2017 por Carmen López Pintor, quien a su vez es directora general de Groundforce, el operador de servicios de 'handling' de Globalia, cargo que desempeña desde hace siete años ([Globalia sorprende: nombra directora de Halcón a Carmen López, jefa de Groundforce](#)). Azul Marino Viajes también cuenta, en su mayoría, con mujeres liderando la dirección de oficinas: 34 frente a 15 hombres y con varias en sus cargos directivos como la directora general, la directora financiera, la jefa de Administración, la responsable de Recursos Humanos y tres mujeres como directoras de zona.

En el sector de agencias también cabe destacar el papel de Fina Muñoz como directora general de IAG7 Viajes quien ha situado a la agencia entre las de mayor proyección del Sector tras hacerse en la UTE Mundiplan con el lote 2 del Imsero, aliarse con Nautalia para gestionar uno de los lotes más jugosos del CORA, absorber hace unos meses al grupo de gestión Airmet, y querer sacar adelante un touroperador. Asimismo, cabe subrayar la labor de Olga Antón, de Proyecto Europa y de Catalina Aguiló, de Kontiki ([Fina Muñoz, ambiciosa con IAG7: medita lanzar un TTOO](#)).

En cuanto a las 'online', Booking Holdings tiene en España a cinco mujeres en sus puestos ejecutivos clave, comandadas por Mireia Prieto, además de que su CEO mundial, Gillian Tans, es la ejecutiva turística mejor pagada del mundo. Por su parte, el banco de camas, Hotelbeds cuenta con más de la mitad de su plantilla formada por mujeres ([Las 5 mujeres que pisan fuerte en Booking España](#)).

En el ámbito asociativo destacan Eva Blasco, vicepresidenta de Relaciones Internacionales de CEAV y CEO de Europa Travel, y Mercedes Tejero, gerente de CEAV, quienes están detrás de la patronal de agencias más grande del país; así como Catiana Tur, gerente en Acave.

## **CADENAS HOTELERAS**

En el sector hotelero, las mujeres tienen una importante presencia tanto como directivas como accionistas, destacando, entre otras referentes, Carmen Riu, quien lleva las riendas de la cadena mallorquina junto a su hermano Luis; Sabina Fluxá, vicepresidenta y CEO del Grupo Iberostar y su hermana Gloria, reconocida entre los 100 Jóvenes Líderes Globales por el Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés).

Dentro de las accionistas cabe mencionar la destacada voz que ejercen, en el Grupo Barceló, las hermanas María Antonia, Luisa, Francisca, Carmen y Margarita Barceló Vadell, y sus primas Antonia, Lourdes e Inmaculada Barceló Tous. Otras mujeres propietarias y muy influyentes son Sandra Ortega Mera, hija de Amancio Ortega como accionista de referencia en Room Mate, y matriarcas como Isabel García Lorca (Grupo Piñero y viuda del fundador), Pilar Güell (madre de Carmen y Luis Riu), Elo Gutierrez (accionista de Globalia y madre de los tres herederos) o Francisca Bonet (viuda de Miguel Codolá y fundadora de Valentín) ([Carmen y Luis Riu destacan el rol de su madre en éxito de la cadena](#)).

Asimismo, el equipo formado por Isabel García y sus hijas Encarna, Isabel y Lydia Piñero lideran el conglomerado que fundó y lideró Pablo Piñero: Grupo Piñero y Bahía Príncipe, mientras que otras herederas de reconocidas familias hoteleras también se han enfundado la camiseta para continuar el liderazgo dentro de sus respectivas cadenas: Marina López (Hotusa); Gemma Espelt (H10); Judith Cabrera (Princess); Susana Carrillo (Optursa y Hoteles Globales); Margarita Ramis (Grupotel); María Antonia Llull (Hipotels); Begoña Amengual (Mac); Carolina Quetglas (BQ y Sidetours); María Vidal-Serra (THB); Rosina Batle (Batle); Antonia Plomer (Zafiro) o Margarita Socías (JS).

## SECTOR AÉREO

El aéreo es un sector mayoritariamente masculino que tiene en la actualidad a un puñado de mujeres liderando grandes proyectos. Es el caso de los dos mayores aeropuertos españoles: Madrid-Barajas y El Prat que están actualmente dirigidos por Elena Mayoral y Sonia Corrochano, respectivamente.

En el caso de las aerolíneas, la mayor de los hijos de Juan José Hidalgo, María José Hidalgo, dirige Air Europa, mientras que en la 'low cost' Vueling, un grupo de mujeres lidera las áreas estratégicas de la compañía: Ana Fernández, responsable de Comunicación y Relaciones Institucionales y miembro del Comité de Dirección, Laura Rosendo, Account Manager España; Lucía Adrover, Commercial Development Director y Mónica Vila, Key Account Manager, entre otras.

La aerolínea de bajo coste con sede en El Prat dobló en 2017 el número de mujeres piloto, mientras que hace alrededor de un lustro Iberia convertía en hito el hecho de que por primera vez una mujer, la comandante Marta Pérez, cubría un vuelo de largo radio, y poco después se hacía posible el primer vuelo de larga distancia solo con mujeres como tripulantes ([Marta Pérez es la primera mujer comandante de Iberia en vuelos de largo radio](#)).

Por su parte, el gigante aéreo IAG, dueño de Iberia, British Airways, Vueling y Aer Lingus, cuenta aproximadamente con un 24% de directivas entre los 190 primeros ejecutivos y se ha comprometido a alcanzar para 2025 el 33% de la presencia femenina en sus cargos más relevantes. En el sector de los fabricantes, Airbus tiene en su fábrica de Illescas a Teresa Busto como directora de la factoría ([Las mujeres vinculadas al sector aéreo crean su propia asociación](#)).

## SEIS DE CADA DIEZ SON UNIVERSITARIOS

# Más de la mitad de agentes carecen de estudios reglados vinculados al Turismo

Aunque [predominan los trabajadores con carrera universitaria](#), con **más del 58% del total**, llama la atención que **cerca del 53% no dispone de estudios reglados vinculados al Turismo**. Pese a ello, se trata de un Sector altamente cualificado y en el que la gran mayoría de empleados tiene **más de cinco años de experiencia**.

El 52,8% de los [agentes de viajes que desarrollan su actividad en España](#) no ha realizado estudios reglados específicamente relacionados con el Turismo, frente al 47,2% restante que sí dispone de una titulación vinculada a la industria. Pese a ello, el nivel de estudios de los trabajadores del Sector es elevado, con **un 58,2% con estudios universitarios**. Un 37% posee estudios secundarios (bachillerato o formación profesional), mientras que un 4,8% únicamente cuenta con estudios primarios.

Más del 92% de los ocupados llevan en el Sector más de cinco años

Según la información recogida en el II Estudio Estratégico de las Agencias de Viajes Españolas, elaborado por [Amadeus España y la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas \(ACAVE\)](#), más de la mitad de los

agentes de viajes ha realizado recientemente cursos relacionados con el Sector. Los más solicitados son sobre **aplicaciones de reserva de productos turísticos, prevención de riesgos laborales, informática en general e idiomas**, con porcentajes respectivos del 38,8%, 33,4%, 28,2% y 26,8%. Por detrás figuran comercial-ventas (22%), administración-contabilidad (12,9%), trabajo en equipo (12,9%), *marketing* (12,8%), habilidades interpersonales (10,5%) y planificación de contenidos de páginas web y redes sociales (9,8%).



Fuente: II Estudio Estratégico de las Agencias de Viajes Españolas.



### La formación adicional aumenta ligeramente

La proporción de empleados que ha recibido recientemente **formación adicional crece ligeramente respecto a 2009**, cuando se publicó el [primer informe de Amadeus España y ACAVE](#). En comparación con dicha encuesta, el porcentaje de empleados que han realizado cursos específicos del Sector Turístico o agencias de viajes, idiomas y prevención de riesgos laborales, es similar. En cambio, se ha reducido en materia comercial-ventas, informática y administración-contabilidad.

Más allá de la formación, el informe revela que la experiencia de los agentes de viajes tiende a ser elevada. Más del 92% de los ocupados **llevan trabajando en dicho sector desde hace más de cinco años**, mientras que un 9% tiene entre dos y cinco años de experiencia laboral. Esta estabilidad está en línea con la propia solidez del Sector (el 85% de las empresas tienen más de ocho años de antigüedad).

## Agentes turísticos presentan sus ofertas para Semana Santa en A Coruña

14-03-2019 / 20:49 h EFE

Hasta 32 operadores han presentado este jueves en A Coruña sus novedades en el marco de la oferta turística para Semana Santa y Verano 2019 y lo han hecho en un "workshop", que ha contado con la asistencia de Iberia y Vueling, de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas.

Los operadores han coincidido en que afrontan la temporada con buenas perspectivas y, por ende, esperan registrar un incremento en las reservas.

La exigencia de los clientes es cada vez mayor, han reconocido, según informa un comunicado, y al elegir el producto contratado, valoran ante todo la calidad.

En segundo lugar, priman el precio, con un aumento notable de reservas y una mejora generalizada en la calidad de los servicios contratados.

La oferta turística cada vez se encuentra así más especializada, ofreciendo circuitos personalizados y mayores facilidades para el turismo del lujo, segmento que crece a buen ritmo en España, junto con el turismo de negocios y congresos.

Los viajeros gallegos son importantes para el sector emisor de viajes español, ya que constituyen casi el 10% del total de españoles que organizan sus vacaciones a través de agencias de viajes, según los datos de un estudio realizado por ACAVe y Amadeus.

Además, Galicia concentra el 6,7% de viajeros españoles por motivos de negocios.

El estudio también analiza las agencias de viajes gallegas; no en vano, un 4% de las agencias de viajes españolas tienen su sede en Galicia.

Las agencias de viajes de esta comunidad autónoma tienen una media de antigüedad de unos 15 años y han tenido un crecimiento de un 9,66% entre 2014 y 2016.

El indicador Ebitda medio por agencia en Galicia es de 20.840 euros.

## CEAV OFRECE FORMACIONES PARA POTENCIAR LAS RESERVAS HOTELERAS EN ESPAÑA A TRAVÉS DE LAS AGENCIAS

🕒 14 marzo, 2019 - 🗨️ 0



Los agentes de viajes vuelven a demostrar su peso en el ámbito hotelero con motivo de las presentaciones de Hoteles Sandos en Cataluña.

Una vez más y representados por la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), los agentes de viajes han vuelto a hacer demostración de su fortaleza y peso en el sector turístico y más concretamente dentro del ámbito hotelero.

En esta ocasión, un total de 90 agencias de viajes se reunieron de la mano de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAIVE), con motivo de las presentaciones de Hoteles Sandos que tuvieron lugar recientemente en las ciudades de Girona, Tarragona y Sabadell, interesadas en conocer la cadena española de hoteles en México y España.

El conocimiento minucioso de cada establecimiento ofrece un valor añadido al agente de viajes. En esta ocasión con la cadena española de hoteles y resorts Sandos.

Entre el 60 y 70% de las reservas hoteleras se realizan a través de agencias, según afirma el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego, quien apunta a un cambio de tendencia en las contrataciones la hora de viajar. Además, estos negocios gestionaron la llegada del 53% de turistas internacionales a España a lo largo de 2018, destaca Gallego.

Entre los motivos por lo que los usuarios prefieren hacer sus reservas de hotel a través de agencias de viajes destacan, una mejor planificación del viaje, la seguridad de ajustarse al presupuesto fijado sin el riesgo de sobrepasarlo y la tranquilidad de tener todos los flecos bien atados.

“A pesar de que la reserva y venta de estancias en hoteles a través de los agentes de viajes tienen una fuerte competencia en la prestación de servicios que ofrecen las páginas web especializadas en reservas de establecimientos, durante estas sesiones de trabajo se ha puesto de manifiesto la importancia de la especialización y el conocimiento que tienen los profesionales de las agencias de viajes sobre las características de un determinado hotel y resort y el valor añadido de dar una atención personalizada al cliente, informándole de todos los detalles que de otra forma no podría conocer”, concluye el presidente de CEAV.

## Preparando la Semana Santa

Una asociación de agencias de viaje organizó en el hotel Meliá la presentación de las novedades turísticas



EDUARDO PÉREZ

### **PABLO PORTABALES**

A CORUÑA 15/03/2019 05:00 H

Los profesionales del sector turístico se dieron cita ayer en el hotel Meliá María Pita. La Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave) presentó las principales novedades «de cara a Semana Santa y el verano. Contamos con un total de 32 operadores y contamos con más de 150 agentes de viajes emisores gallegos», destacan sus promotores.

# CEAV: Las agencias acaparan el 60% o 70% de reservas hoteleras

CEAV destaca el [papel crucial](#) de las agencias de viajes en la distribución hotelera. Según sostiene [su presidente, Rafael Gallego](#), "entre el 60% y el 70% de las reservas se realizan a través de agencias". Además, afirma que éstas "gestionaron la llegada del 53% de turistas internacionales a España a lo largo de 2018", [año en el que se superó la barrera de los 82 millones de entradas](#).



Rafael Gallego preside CEAV.

## Gallego destaca el 'valor añadido' que aporta la agencia de viajes

Entre los motivos por lo que los clientes prefieren hacer sus reservas de hotel a través de agencias de viajes destacan, entre otros, "una **mejor planificación** del viaje, la seguridad de ajustarse al **presupuesto fijado sin el riesgo de sobrepasarlo** y la tranquilidad de tener **todos los flecos bien atados**", apunta la Confederación.

## Cerca de un centenar de profesionales en la última formación

Con el objetivo de potenciar las reservas hoteleras en España a través de agencias, CEAV ofrece formaciones a profesionales del Sector. La última acción, organizada junto a la [Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas \(ACAVE\)](#) y en la que **han participado 90 agencias**, se ha centrado en la oferta de la cadena española Hoteles Sandos.

"A pesar de que la reserva y venta de estancias en hoteles a través de los agentes de viajes tienen una fuerte competencia en la prestación de servicios que ofrecen las páginas web especializadas, durante estas sesiones de trabajo se ha puesto de manifiesto la importancia de la **especialización y el conocimiento** que tienen los profesionales de las agencias de viajes sobre las características de un determinado hotel", subraya Gallego. Asimismo, hace referencia al "valor añadido" que supone "de dar una atención personalizada al cliente, informándole de todos los detalles que de otra forma no podría conocer.

# Viajes Combinados: Grupos y Asociaciones trabajan a destajo para resolver dudas

Los departamentos jurídicos de Asociaciones y Grupos comerciales **trabajan sin descanso para dar respuesta al aluvión de dudas** de las agencias, la mayoría vinculadas a la [Ley de Viajes Combinados](#). Y es que, además de los cambios, la **inexistencia de un periodo transitorio** supone un grave contratiempo.

Los últimos cambios normativos introducidos en España, en especial los recogidos en la [nueva Ley de Viajes Combinados](#), así como la revisión al alza de los avales exigidos a las agencias de viajes, han generado **gran incertidumbre en el Sector**. Además de por el contenido, con un **claro incremento de las obligaciones** exigidas tanto a agencias como turoperadores, ha sido especialmente dañina la falta de tiempo dado a las empresas para adaptarse.



Asociaciones y Grupos comerciales han organizado multitud de seminarios.

## Las agencias no han tenido tiempo para adaptarse a la nueva Ley de Viajes Combinados

En el caso concreto de la Ley de Viajes Combinados, la amenaza de sanción por parte de la Unión Europea, motivada por el retraso de España en el proceso de transposición, obligó al Gobierno a llevar a cabo una revisión exprés. Y es que, como avanzó en exclusiva NEXOTUR, [el nuevo decreto ley entró en vigor el 28 de diciembre](#), tan solo siete días después de ser aprobado por el Consejo de Ministros y el día posterior a su publicación en el Boletín Oficial del Estado (BOE), cuando **lo habitual en estos casos es que exista un periodo transitorio de seis meses**.

A la urgencia del Ejecutivo en la transposición de la Directiva de Viajes Combinados de la Unión Europea, calificada por CEAV como "imprudente", [se suma la revisión de avales](#). Aunque parece que todas las Comunidades autónomas han respetado el texto acordado con el Gobierno central, donde sí ha habido diferencias es en el **tiempo dado a las agencias para adaptarse**. Por ejemplo, frente a los tres meses (en el mejor de los casos) concedidos por algunas Comunidades, ha habido situaciones en las que el exiguo tiempo concedido para llevar a cabo la actualización ha supuesto un grave contratiempo para agencias y turoperadores. [Este es el caso de Madrid](#), donde el decreto **entró en vigor a los 20 días** de su publicación en el Boletín oficial.

### **Aluvión de consultas de los asociados**

Todo ello ha obligado a Asociaciones empresariales y Grupos de gestión a **trabajar a destajo para intentar resolver las múltiples dudas planteadas por sus asociados**. Fuentes consultadas por NEXOTUR reconocen que en los últimos meses sus departamentos jurídicos han recibido un aluvión de consultas, llegando en algunos momentos a estar desbordados, predominando las relacionadas con la nueva Ley de Viajes Combinados.

Y ello a pesar de que tanto las principales Organizaciones empresariales del Sector, como es el caso de la [Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas \(ACAVE\)](#) y la [Unión de Agencias de Viajes \(UNAV\)](#), como los Grupos de gestión punteros del país, llevan meses organizando **seminarios y jornadas formativas** para abordar los cambios más relevantes recogidos en la nueva normativa. Entre los temas que más dudas están generando, cabe destacar el servicio de viaje vinculado como nueva figura jurídica y las diferencias con el viaje combinado; los cambios en la información precontractual; y las modificaciones más significativas del contrato de viajes combinados.

Edición España. Intermundial lanza un seguro especial

## Las agencias se protegen ante la nueva Ley de Viajes Combinados

● 15 MARZO, 2019

🐦 Fetave, UNAV, ACAVE y AEVAV, entre otras asociaciones, han organizado seminarios sobre la nueva normativa de viajes combinados

🐦 Intermundial propone una garantía de insolvencia de la agencia de viajes que responde en caso de que no pueda afrontar

🐦 Incluye la formación de un comité especializado que brindará ayuda al viajero ante situaciones excepcionales



A finales de diciembre del pasado año entró en vigor la **nueva normativa en materia de Viajes Combinados y Vinculados**. Las asociaciones y grupos de gestión de agencias de viajes han llevado a cabo diferentes seminarios dirigidos a sus agencias asociadas, con el fin de formarlas en la nueva normativa. Así mismo, también han salido al mercado seguros para cubrir a las agencias de las mayores garantías requeridas, como el lanzado por **Intermundial**.

La **entrada en vigor de la nueva normativa** se produjo con un año de retraso sobre el calendario fijado por la UE, y a toda prisa para evitar la correspondiente multa del ejecutivo comunitario, lo que ha hecho perder a las agencias el periodo transitorio de seis meses para adaptarse a los cambios de una nueva normativa muy compleja.

La nueva reglamentación exige a **agencias de viajes y turoperadores** un mayor importe de las garantías de cara a sus clientes. Ante esta nueva situación, **Intermundial acaba de lanzar un seguro** con una garantía específica para proteger a las agencias ante la nueva Ley de Viajes Combinados.



El nuevo seguro de Intermundial "se entiende como una **cobertura múltiple** que contiene siete soluciones exclusivas para proteger tanto a agencias como a viajeros ante cada una de las obligaciones que contempla la nueva regulación". Incluye aspectos como la insolvencia de la agencia, gestión de emergencia, gastos por cesión de viajes, garantía de cambios por cupo mínimo y una garantía extra si no se cumple el plazo de gestión.

## ACAVe ve "superficial" comparar cruceristas con una "plaga de langostas"

El presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viaje Especializadas (ACAVe), Martí Sarrate, ha reprobado las declaraciones de la concejal de Ciutat Vella de Barcelona, Gala Pin, que comparó a los turistas de cruceros con "una plaga de langostas", y ha tachado estas palabras de "superficiales".

Sarrate ha lamentado que la edil, número siete de la lista de los comunes a las elecciones municipales del 26 de mayo, dijera en una entrevista al diario Ara que los cruceristas que desembarcan en la capital catalana se asemejen a una "plaga de langostas".

Pin opinó que Barcelona no debería tener tanto turismo de cruceros porque "es una plaga de langostas: devoran el espacio público y se van".

Sarrate ha criticado estas declaraciones y ha defendido que este tipo de turismo constituye un "mercado importantísimo para la ciudad y para la economía del país" y "si no se valora en conjunto y se dice así es un poco superficial", ha dicho.

En cualquier caso, ha reconocido que se trata de un tema político que las instituciones "tendrán que hablar con el gobierno de turno".

El presidente de la patronal, que aglutina a 500 agencias de viajes, también ha destacado que el turismo de cruceros emplea a casi 10.000 personas y deja "millones de euros" en el Puerto de Barcelona.

Por otro lado, Sarrate se ha referido a la polémica entre taxis y empresas de alquiler de vehículos con conductor (VTC) y ha instado a estos últimos a adaptarse a las leyes vigentes.

"Que tomen ejemplo de nosotros. Hay que renovarse o morir pero no se puede bloquear el movimiento normal de la economía, porque todo lo que se tenga que debatir debe hacerse en una mesa de negociación", ha señalado.

El presidente de ACAVe ha insistido en que la entidad está "en contra del intrusismo, pero todo lo que sea oficial tiene derecho a operar su negocio dentro de la normativa".

## Las agencias de viajes prevén que las reservas de Semana Santa crezcan un 10%

elona, 20 mar (EFECOM).- Las reservas de viajes para Semana Santa crecerán alrededor de un 10 % respecto al año pasado y se centrarán sobre todo en el litoral, según las previsiones de la Asociación Corporativa de Agencias de Viaje Especializadas (ACAVe), la patronal del sector.

El presidente de la entidad, Martí Sarrate, ha asegurado este miércoles que se afianza así el porcentaje de crecimiento de las contrataciones vacacionales, para las cuales también pronostican una subida del 10 % en el conjunto de 2019.

Hasta el momento, el 70 % de los españoles ha escogido un destino de costa para pasar sus vacaciones de Semana Santa, especialmente Canarias, seguido del litoral catalán, el andaluz y las Islas Baleares.

Una elección que relega a las vacaciones de esquí debido al propio calendario de Semana Santa, que se celebra este año a finales de abril, cuando muchas pistas ya están cerradas.

Por otro lado, el 20 % de las reservas se han realizado para destinos urbanos, con Madrid y Barcelona a la cabeza, mientras que el 10 % restante hará turismo rural y de montaña.

Entre los turistas que viajan fuera de España, el 55 % lo hará a capitales europeas y las más elegidas por ahora han sido París, Londres, Roma, Berlín, Viena y Praga.

No obstante, un 30 % volará a países de Asia como Vietnam, Sri Lanka, Tailandia o Japón, y el 15 % ha escogido destinos de África como Egipto o del Oriente Medio como Jordania o Dubai.

Además, entre el 70 % y el 80 % de las agencias receptoras, trabajará con turistas nacionales, mientras que del 20 a 30 % de viajeros internacionales que contratan estos servicios se decantan por destinos costeros.

De acuerdo con Sarrate, el aumento continuado de las reservas de viajes se debe a la recuperación económica del país y al incremento del empleo, que ha impulsado el poder adquisitivo de las familias después de la crisis.

"Este crecimiento es sostenible desde 2014 y afianza la consistencia del sector, que está asentado, fuera de peligro y deja atrás años de penuria muy duros", ha afirmado Sarrate.

Tras dar a conocer estos datos, el presidente de ACAVe, que engloba a unas 500 agencias nacionales, ha vaticinado que "será un año bueno".

Ha explicado asimismo que se consolida la tendencia "precrisis" de reservar con dos y tres meses de antelación, pese a que todavía existen plazas disponibles para esta Semana Santa.

Y para que estas proyecciones se afiancen, el presidente de ACAVe ha apostado por potenciar "un turismo de calidad y no de cantidad" y fortalecer las relaciones público-privadas para lanzar "más campañas de sensibilización" ciudadana.

En su opinión, "la gente se tiene que dar cuenta de la importancia del turismo y de que éste no viene a molestar" y sí -ha dicho- a generar riqueza.

Sarrate también ha descartado que la situación política en España, con el juicio del "procés" en marcha, afecte a la llegada de turistas internacionales, ni en Semana Santa ni tampoco en verano.

"Después de 2017 y del atentado de Barcelona estamos vacunados. Había mucho miedo pero al final vemos que la gente no mezcla temas políticos con viajes", ha concluido.

## Canarias encabeza las reservas de los españoles que se quedan en el país esta Semana Santa

EUROPA PRESS 20.03.2019

- BARCELONA/LAS PALMAS DE GRAN CANARIA, 20 (EUROPA PRESS)



EUROPA PRESS

Las islas Canarias encabezan las reservas de los españoles que han optado por quedarse dentro de las fronteras del país esta Semana Santa, situando sus costas como el sitio favorito para estar en esos días de descanso.

Así lo ha explicado en rueda de prensa este miércoles el presidente de las agencias de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), Martí Sarrate, quien resaltó que el 70 por ciento de los nacionales que optan por quedarse en España han reservado destinos de costa.

Por detrás de Canarias se sitúan otros destinos de mar como Cataluña, Andalucía y Baleares, según ha precisado ACAVE, que prevé un aumento de las reservas del 10 por ciento para Semana Santa respecto al mismo periodo del año pasado, en la línea de la previsión anual.

Sarrate –en la rueda de prensa junto a la gerente de la agencia, Catiana Tur, y el delegado de Zona Este Iberia, Santiago Escuder- ha asegurado que el crecimiento sostenido del sector de las agencias desde 2014, situado entre el 5 por ciento y el 10 por ciento, hace que éste se ya se encuentre "fuera de peligro".

Ha sostenido que antes de la crisis, el sector estaba muy atomizado y saturado, y que el cierre de la mitad de los puntos de venta y de un millar de agencias ha derivado en un estado saludable del sector: "Incluso están habiendo nuevas aperturas y se ha potenciado la especialización. Los que han subsistido están vacunados".

#### RESERVAS CON MÁS ANTELACIÓN

Según la encuesta realizada entre sus más de 500 asociados, la gente a vuelto a planificar y reservar los viajes con entre dos y tres meses de antelación, aunque aún quedan "muchas plazas disponibles" que esperan cubrir hasta dos semanas antes del inicio de las vacaciones.

Entre los españoles que han elegido destinos nacionales, más de un 70% han reservado destinos de costa como Canarias, que ha vuelto a situarse en primer lugar, seguida de las costas de Cataluña, Andalucía y Baleares.

Un 20% se decanta por ofertas de turismo cultural y se centra en Madrid y Barcelona, mientras que el 10% restante prefiere pasar las vacaciones de Pascua haciendo turismo rural y de montaña.

#### DIVERSIFICACIÓN

A nivel internacional, según las agencias emisoras, más de un 55% de las reservas de los españoles que viajarán al extranjero irán a capitales europeas como París, Londres, Roma, Berlín, Viena y Praga, mientras que el 30% irá a Asia, en países como Vietnam, Sri Lanka y Tailandia, y el 15% restante optará por destinos africanos y de Oriente Medio.

Las agencias receptoras han estimado que entre un 70% y un 80% de sus reservas corresponderán a clientes nacionales, mientras que el resto serán de turistas internacionales, procedentes en su mayoría de Francia, Benelux, Reino Unido, Alemania, Italia e Irlanda, por este orden.

Ha señalado que ha habido un trasvase del turismo de esquí hacia otros destinos debido al buen tiempo y al hecho de que este año la Semana Santa caiga en la segunda mitad del mes de abril.

## COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

Sarrate ha insistido en la necesidad de que haya una buena colaboración público-privada para que la industria turística siga creciendo y de sensibilizar a los residentes de los beneficios del turismo: "El turismo es importante para un país como el nuestro, por lo que representa en el PIB, por los puestos de trabajo y la economía".

En este sentido, y preguntado sobre las declaraciones de la concejal del distrito barcelonés de Ciutat Vella, Gala Pin, en que calificaba el turismo de cruceros como "plaga de langostas", Sarrate ha defendido que este mercado es también muy importante.

"Si no se valora así, es un poco superficial. El ayuntamiento debe colaborar con todas las iniciativas. Todos los crecimientos son positivos a nivel de puestos de trabajo", ha sostenido, y ha dicho que los cruceristas generan 1.083 millones de euros anuales.

El presidente de la asociación también ha valorado positivamente el perfil de turismo de congresos que ha adoptado Barcelona y ha descartado que a nivel político haya afectaciones: "Estamos vacunados porque después de 2017 y 2018, con un atentado inclusive, al final hemos batido récords".

## Las agencias esperan un incremento de las reservas del 10% para Semana Santa

La gente ha vuelto a planificar y reservar los viajes con entre dos y tres meses de antelación, aunque aún quedan "muchas plazas disponibles", según Acave



De izquierda a derecha: Santiago Escuder, Martín Sarrate y Catiana Tur.

La **Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas** (Acave) prevé un aumento de las reservas del 10% para Semana Santa respecto al mismo periodo del año pasado, en la línea de la previsión anual.

Lo ha explicado en rueda de prensa este miércoles en la sede de Acave en Barcelona el presidente de la asociación, Martí Sarrate, que junto a la gerente de la agencia, Catiana Tur, y el delegado de Zona Este Iberia, Santiago Escuder, ha asegurado que el crecimiento sostenido del sector desde 2014, situado entre el 5% y el 10%, hace que éste ya se encuentre "fuera de peligro".

Ha sostenido que antes de la crisis, el sector estaba muy atomizado y saturado, y que el cierre de la mitad de los puntos de venta y de un millar de agencias ha derivado en un estado saludable del sector: "Incluso está habiendo nuevas aperturas y se ha potenciado la especialización. Los que han subsistido están vacunados".

## **Reservas con más antelación**

Según la encuesta realizada entre sus más de 500 asociados, la gente ha vuelto a planificar y reservar los viajes con entre dos y tres meses de antelación, aunque aún quedan “muchas plazas disponibles” que esperan cubrir hasta dos semanas antes del inicio de las vacaciones.

Entre los españoles que han elegido destinos nacionales, más de un 70% han reservado destinos de costa como Canarias, que ha vuelto a situarse en primer lugar, seguida de las costas de Cataluña, Andalucía y Baleares.

Un 20% se decanta por ofertas de turismo cultural y se centra en Madrid y Barcelona, mientras que el 10% restante prefiere pasar las vacaciones de Pascua haciendo turismo rural y de montaña.

## **Diversificación**

A nivel internacional, según las agencias emisoras, más de un 55% de las reservas de los españoles que viajarán al extranjero irán a capitales europeas como París, Londres, Roma, Berlín, Viena y Praga, mientras que el 30% irá a Asia, en países como Vietnam, Sri Lanka y Tailandia, y el 15% restante optará por destinos africanos y de Oriente Medio.

Las agencias receptoras han estimado que entre un 70% y un 80% de sus reservas corresponderán a clientes nacionales, mientras que el resto serán de turistas internacionales, procedentes en su mayoría de Francia, Benelux, Reino Unido, Alemania, Italia e Irlanda, por este orden.

Ha señalado que ha habido un trasvase del turismo de esquí hacia otros destinos debido al buen tiempo y al hecho de que este año la Semana Santa caiga en la segunda mitad del mes de abril.

## **Colaboración público-privada**

Sarrate ha insistido en la necesidad de que haya una buena colaboración público-privada para que la industria turística siga creciendo y de sensibilizar a los residentes de los beneficios del turismo: “El turismo es importante para un país como el nuestro, por lo que representa en el PIB, por los puestos de trabajo y la economía”.

En este sentido, y preguntado sobre las declaraciones de la concejal del distrito barcelonés de Ciutat Vella, Gala Pin, en que calificaba el turismo de cruceros como “plaga de langostas”, Sarrate ha defendido que este mercado es también muy importante.

“Si no se valora así, es un poco superficial. El ayuntamiento debe colaborar con todas las iniciativas. Todos los crecimientos son positivos a nivel de puestos de trabajo”, ha sostenido, y ha dicho que los cruceristas generan 1.083 millones de euros anuales.

El presidente de la asociación también ha valorado positivamente el perfil de turismo de congresos que ha adoptado Barcelona y ha descartado que a nivel político haya afectaciones: “Estamos vacunados porque después de 2017 y 2018, con un atentado inclusive, al final hemos batido récords”.

## El president de l'associació d'agències de viatges defensa "l'ingrés importantíssim" dels creuers a Barcelona

Publicado 20/3/2019 14:10:01 CET

Martí Sarraté replica la regidora Gala Pin que els turistes "no tenen res a veure" amb una "plaga de llagostes"

### ACN

Barcelona.-El president de l'Associació Corporativa de Viatges Especialitzats (ACAVE), Martí Sarraté, ha defensat aquest dimecres la indústria dels creuers a Barcelona després de les crítiques de la regidora de Ciutat Vella, Gala Pin, que va assegurar que els creueristes són com "una plaga de llagostes". Sarraté ha dit que els turistes "no tenen res a veure" amb cap plaga, i ha destacat que deixen "un ingrés importantíssim" a la ciutat. En aquest sentit, el president de l'ACAVE ha defensat "la tasca excel·lent" que s'ha fet per convertir Barcelona en el primer port europeu de creuers i el tercer del món. Sarraté, a més, ha destacat que els creuers han permès obrir noves rutes a l'aeroport als Estats Units.

"Cal veure l'economia en un context global", ha assegurat Sarraté, defensant que "criticar de manera oberta els creueristes i mesclar-los amb plagues no és correcte". Sarraté diu que ja estan treballant amb l'Ajuntament de Barcelona perquè els residents de la ciutat vegin els turistes com "generadors d'economia" i no com "enemics". Sarraté ha afirmat que els creuers donen feina a 10.000 persones, que generen uns ingressos de 274 milions d'euros. També s'ha referit a la despesa mitjana dels creueristes, que gasten uns 580 euros diaris, i ha afegit que molts coneixen la ciutat durant el viatge amb el vaixell i "repeteixen" més endavant. Pel que fa a la polèmica dels taxis i VTC, Sarraté ha apel·lat a un debat a les meses de diàleg perquè diu que el bloqueig dels carrers "perjudica" als turistes i la imatge de Barcelona. El president d'ACAVE ha afirmat que els taxistes han d' "adaptar-se" a l'evolució dels mercats "com han fet les agències". El president de l'ACAVE ha fet aquestes declaracions en el marc d'un acte de presentació d'una enquesta entre els seus més de 500 associats per anticipar les previsions de viatges per Setmana Santa, i que preveuen un 10% més de reserves, amb la costa i la capital catalanes com a destinacions protagonistes. Segons l'enquesta, les previsions per aquesta Setmana Santa estan marcades per la bona climatologia i el calendari tardà. Entre els espanyols que han escollit destinacions nacionals per aquestes dates, més d'un 70% reserven destinacions de costa. Canàries ha tornat a situar-se com a primer destí, seguida de les costes de Catalunya, Andalusia i Balears. Les ciutats de Madrid i Barcelona segueixen suposant un 20% de les reserves per la seva oferta cultural, gastronòmica i d'oci. Sarraté ha afirmat que el sector turístic ja s'ha recuperat de la crisi i ara "pot mirar pel retrovisor" els últims cinc anys d'experiència per no tornar a cometre "els mateixos errors" per adaptar-se a la demanda dels nous consumidors. El president de l'ACAVE ha afegit que els professionals han sabut "especialitzar-se" i "adaptar-se" per a què les seves empreses siguin sostenibles en el temps.



## Acave preveu un augment de reserves del 10% per Setmana Santa, igual que la tendència anual



Publicat 20/3/2019 12:19:51 CET

### Sarrate assegura que el creixement sostingut des del 2014 fa que el sector "ja estigui fora de perill"

BARCELONA, 20 Mar. (EUROPA PRESS) -

Les agències de l'Associació Corporativa d'Agències de Viatges Especialitzades (Acave) preveuen un augment de les reserves del 10% per Setmana Santa respecte al mateix període de l'any passat, en la línia de la previsió anual.

Ho ha explicat en roda de premsa aquest dimecres a la seu d'Acave a Barcelona el president de l'associació, Martí Sarrate, que juntament amb la gerent de l'agència, Catiana Tur, i el delegat de Zona Este Iberia, Santiago Escuder, ha assegurat que el creixement sostingut del sector des del 2014, situat entre el 5% i el 10%, fa que aquest es ja es trobi "fora de perill".

Ha sostingut que abans de la crisi, el sector estava molt atomitzat i saturat, i que el tancament de la meitat dels punts de venda i d'un miler d'agències ha derivat en un estat saludable del sector: "Fins i tot hi ha noves obertures i s'ha potenciat l'especialització. Els que han subsistit estan vacunats".

## **RESERVES AMB MÉS ANTELACIÓ**

Segons l'enquesta feta entre els seus més de 500 associats, la gent ha tornat a planificar i reservar els viatges amb entre dos i tres mesos d'antelació, encara que queden "moltes places disponibles" que esperen cobrir fins a dues setmanes abans de l'inici de les vacances.

Entre els espanyols que han triat destinacions nacionals, més d'un 70% han reservat destinacions de costa com les Canàries, que ha tornat a situar-se en primer lloc, seguida de les costes de Catalunya, Andalusia i les Balears.

Un 20% es decanta per ofertes de turisme cultural i se centra a Madrid i Barcelona, mentre que el 10% restant prefereix passar les vacances de Pasqua fent turisme rural i de muntanya.

## **DIVERSIFICACIÓ**

A nivell internacional, segons les agències emissores, més d'un 55% de les reserves dels espanyols que viatjaran a l'estranger aniran a capitals europees com París, Londres, Roma, Berlín, Viena i Praga, mentre que el 30% anirà a Àsia, en països com el Vietnam, Sri Lanka i Tailàndia, i el 15% restant optarà per destinacions africanes i d'Orient Mitjà.

Les agències receptives han estimat que entre un 70% i un 80% de les seves reserves correspondran a clients nacionals, mentre que la resta seran de turistes internacionals, procedents en la seva majoria de França, Benelux, el Regne Unit, Alemanya, Itàlia i Irlanda, per aquest ordre.

Ha assenyalat que hi ha hagut un transvasament del turisme d'esquí cap a altres destinacions a causa del bon temps i al fet que aquest any la Setmana Santa caigui en la segona meitat del mes d'abril.

## **COL·LABORACIÓ PÚBLIC-PRIVADA**

Sarrate ha insistit en la necessitat que hi hagi una bona col·laboració públic-privada perquè la indústria turística segueixi creixent i de sensibilitzar als residents dels beneficis del turisme: "El turisme és important per a un país com el nostre, per la qual cosa representa en el PIB, pels llocs de feina i l'economia".

En aquest sentit, i preguntat sobre les declaracions de la regidora del districte barceloní de Ciutat Vella, Gala Pin, en què qualificava el turisme de creuers com una "plaga de llagostes", Sarrate ha defensat que aquest mercat és també molt important.

"Si no es valora així, és una mica superficial. L'Ajuntament ha de col·laborar amb totes les iniciatives. Tots els creixements són positius a nivell de llocs de feina", ha sostingut, i ha dit que els creueristes generen 1.083 milions d'euros anuals.

El president de l'associació també ha valorat positivament el perfil de turisme de congressos que ha adoptat Barcelona i ha descartat que a nivell polític hi hagi afectacions: "Estem vacunats perquè després del 2017 i del 2018, amb un atemptat inclusivament, al final hem batut rècords".

## Las agencias de viajes prevén que las reservas de Semana Santa crezcan un 10%



Barcelona, 20 mar (EFECOM).- Las reservas de viajes para Semana Santa crecerán alrededor de un 10 % respecto al año pasado y se centrarán sobre todo en el litoral, según las previsiones de la Asociación Corporativa de Agencias de Viaje Especializadas (ACAVE), la patronal del sector.

El presidente de la entidad, Martí Sarrate, ha asegurado este miércoles que se afianza así el porcentaje de crecimiento de las contrataciones vacacionales, para las cuales también pronostican una subida del 10 % en el conjunto de 2019.

Hasta el momento, el 70 % de los españoles ha escogido un destino de costa para pasar sus vacaciones de Semana Santa, especialmente Canarias, seguido del litoral catalán, el andaluz y las Islas Baleares.

Una elección que relega a las vacaciones de esquí debido al propio calendario de Semana Santa, que se celebra este año a finales de abril, cuando muchas pistas ya están cerradas.

Por otro lado, el 20 % de las reservas se han realizado para destinos urbanos, con Madrid y Barcelona a la cabeza, mientras que el 10 % restante hará turismo rural y de montaña.

Entre los turistas que viajan fuera de España, el 55 % lo hará a capitales europeas y las más elegidas por ahora han sido París, Londres, Roma, Berlín, Viena y Praga.

No obstante, un 30 % volará a países de Asia como Vietnam, Sri Lanka, Tailandia o Japón, y el 15 % ha escogido destinos de África como Egipto o del Oriente Medio como Jordania o Dubai.

Además, entre el 70 % y el 80 % de las agencias receptoras, trabajará con turistas nacionales, mientras que del 20 a 30 % de viajeros internacionales que contratan estos servicios se decantan por destinos costeros.

De acuerdo con Sarrate, el aumento continuado de las reservas de viajes se debe a la recuperación económica del país y al incremento del empleo, que ha impulsado el poder adquisitivo de las familias después de la crisis.

"Este crecimiento es sostenible desde 2014 y afianza la consistencia del sector, que está asentado, fuera de peligro y deja atrás años de penuria muy duros", ha afirmado Sarrate.

Tras dar a conocer estos datos, el presidente de ACAVE, que engloba a unas 500 agencias nacionales, ha vaticinado que "será un año bueno".

Ha explicado asimismo que se consolida la tendencia "precrisis" de reservar con dos y tres meses de antelación, pese a que todavía existen plazas disponibles para esta Semana Santa.

Y para que estas proyecciones se afiancen, el presidente de ACAVE ha apostado por potenciar "un turismo de calidad y no de cantidad" y fortalecer las relaciones público-privadas para lanzar "más campañas de sensibilización" ciudadana.

En su opinión, "la gente se tiene que dar cuenta de la importancia del turismo y de que éste no viene a molestar" y sí -ha dicho- a generar riqueza.

## Las agencias de viajes prevén un 10% más de reservas para Semana Santa

El buen tiempo permite continuar con la tendencia al alza desde el 2014

Laia Caño

Barcelona - Miércoles, 20/03/2019 a las 18:29 CET



Una familia se fotografía al pie de la Sagrada Família.

ACAVE (Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas) tiene previsto aumentar las ventas de viajes el **10%** para Semana Santa de este año respecto al 2018, según una encuesta realizada entre sus asociados. El buen tiempo y la tardía fecha del Jueves Santo impulsarán los mayores desplazamientos.

Este incremento sigue la misma tendencia desde el 2014 que, tras salir de la crisis, ha ido subiendo entre el **5 y el 10%**. Gracias al aumento de las ventas se han creado **nuevos puestos de trabajo**, y el paro ha disminuido a niveles anteriores al periodo de recesión, según datos del **Instituto Nacional de Estadística (INE)**.

"Los nuevos modelos de compra incitan al consumidor a la adquisición de los paquetes turísticos con **2 o 3 meses de antelación**, hecho que les proporciona mayores descuentos en su compra. Aunque sigue habiendo plazas disponibles que se espera cubrir al inicio de las vacaciones", ha señalado **Martí Serrate**, presidente de ACAVE, este miércoles en Barcelona.

Las costas de **Catalunya, Andalucía y Baleares** siguen siendo los principales destinos para los turistas, que acogen al **35% de viajeros** internacionales. De los restantes, el 20% prefiere el **turismo cultural y gastronómico**, frente al 10% que antepone los destinos rurales o de montaña.

**París, Londres, Roma, Berlín y Praga** reciben una media del **55% de viajeros españoles**, mientras que el 15% decide hacer recorridos de larga distancia como Asia, Tailandia o Japón. Los safaris no se quedan lejos de esta cifra, lo mismo que pasa con Egipto, que ha ido creciendo el turismo gracias a los vuelos directos.

### La marca Barcelona

El turismo en Barcelona bajó durante el último cuatrimestre del 2017 y el primero del 2018, tras los **atentados terroristas**. Actualmente, se sitúa como la segunda ciudad que más turistas recibe (26,6%) por detrás de Andalucía, a pesar del ambiente de crispación política y el conflicto de los taxistas.

“La **Agencia Catalana de Turismo** ha ayudado a que este no decaiga. Ha hecho una apuesta por los mercados más grandes y no por la proximidad. Además, viajar se ha convertido en una actividad alcanzable para toda la sociedad.”, ha añadido Serrate.

El presidente también afirma que **los cruceros** aportan mucho económicamente, ya que su gasto medio se sitúa en los **183 millones de euros**. A diferencia de las declaraciones de **Gala Pin**, regidora del distrito de Ciutat Vella, que calificó a los cruceristas como “una plaga de llagostes”.

### Previsiones

La Asociación prevé que para el 2019 el **crecimiento** de este sector será bueno y tendrá grandes avances en el **PIB**, en los **puestos de trabajo** y en la **economía**.

“Las agencias están apostando por un **turismo de calidad y no de cantidad**”, ha añadido Serrate. Por ello, promocionan un turismo sostenible y realizan campañas de sensibilización para dar a conocer la importancia de este dentro de la sociedad.

### Workshop Barcelona 2019

ACAVE celebra esta misma tarde el **Workshop de Barcelona 2019** en Sant Pau Recinte Modernista. Se trata de un acto que acoge a **51 empresas y corporaciones turísticas**, con la asistencia destacada de **Iberia y Birtish Airways**. Los operadores mostrarán las nuevas propuestas de la temporada a los 300 agentes de viajes que visitarán el recinto.

ECONOMÍA

## Las agencias de viajes prevén que las reservas de Semana Santa crezcan un 10 por ciento

EFE - Barcelona

20/03/2019 - 12:00h



Las agencias de viajes prevén que las reservas de Semana Santa crezcan un 10 por ciento

Las reservas de viajes para Semana Santa crecerán alrededor de un 10 % respecto al año pasado y se centrarán sobre todo en el litoral, según las previsiones de la Asociación Corporativa de Agencias de Viaje Especializadas (ACAVE), la patronal del sector.

El presidente de la entidad, Martí Sarrate, ha asegurado este miércoles que se afianza así el porcentaje de crecimiento de las contrataciones vacacionales, para las cuales también pronostican una subida del 10 % en el conjunto de 2019.

Hasta el momento, el 70 % de los españoles ha escogido un destino de costa para pasar sus vacaciones de Semana Santa, especialmente Canarias, seguido del litoral catalán, el andaluz y las Islas Baleares.

Una elección que relega a las vacaciones de esquí debido al propio calendario de Semana Santa, que se celebra este año a finales de abril, cuando muchas pistas ya están cerradas.

Por otro lado, el 20 % de las reservas se han realizado para destinos urbanos, con Madrid y Barcelona a la cabeza, mientras que el 10 % restante hará turismo rural y de montaña.

Entre los turistas que viajan fuera de España, el 55 % lo hará a capitales europeas y las más elegidas por ahora han sido París, Londres, Roma, Berlín, Viena y Praga.

No obstante, un 30 % volará a países de Asia como Vietnam, Sri Lanka, Tailandia o Japón, y el 15 % ha escogido destinos de África como Egipto o del Oriente Medio como Jordania o Dubai.

Además, entre el 70 % y el 80 % de las agencias receptoras, trabajará con turistas nacionales, mientras que del 20 a 30 % de viajeros internacionales que contratan estos servicios se decantan por destinos costeros.

De acuerdo con Sarrate, el aumento continuado de las reservas de viajes se debe a la recuperación económica del país y al incremento del empleo, que ha impulsado el poder adquisitivo de las familias después de la crisis.

"Este crecimiento es sostenible desde 2014 y afianza la consistencia del sector, que está asentado, fuera de peligro y deja atrás años de penuria muy duros", ha afirmado Sarrate.

Tras dar a conocer estos datos, el presidente de ACAVe, que engloba a unas 500 agencias nacionales, ha vaticinado que "será un año bueno".

Ha explicado asimismo que se consolida la tendencia "precrisis" de reservar con dos y tres meses de antelación, pese a que todavía existen plazas disponibles para esta Semana Santa.

Y para que estas proyecciones se afiancen, el presidente de ACAVe ha apostado por potenciar "un turismo de calidad y no de cantidad" y fortalecer las relaciones público-privadas para lanzar "más campañas de sensibilización" ciudadana.

En su opinión, "la gente se tiene que dar cuenta de la importancia del turismo y de que éste no viene a molestar" y sí -ha dicho- a generar riqueza.

Sarrate también ha descartado que la situación política en España, con el juicio del "procés" en marcha, afecte a la llegada de turistas internacionales, ni en Semana Santa ni tampoco en verano.

"Después de 2017 y del atentado de Barcelona estamos vacunados. Había mucho miedo pero al final vemos que la gente no mezcla temas políticos con viajes", ha concluido.

# Las agencias de viajes prevén vender un 10% más para Semana Santa

20 MARZO, 2019

El 70% de los españoles ha escogido un destino de costa para pasar sus vacaciones de Semana Santa

El 20% de las reservas se han realizado para destinos urbanos, con Madrid y Barcelona a la cabeza

Entre los turistas que viajan fuera de España, el 55% lo hará a capitales europeas y las más son París, Londres, Roma, Berlín, Viena y Praga



Las reservas de viajes para **Semana Santa** crecerán alrededor de un 10% respecto al año pasado y se centrarán sobre todo en Canarias y el litoral peninsular, además de Baleares, según las previsiones de la **Asociación Corporativa de Agencias de Viaje Especializadas (ACAVE)**.

El presidente de la asociación, **Martí Sarrate**, ha asegurado que se afianza así el porcentaje de crecimiento de las contrataciones vacacionales, para las cuales también pronostican una subida del 10% en el conjunto de 2019.

Hasta el momento, **el 70% de los españoles ha escogido un destino de costa** para pasar sus vacaciones de Semana Santa, especialmente Canarias, seguido del litoral catalán, el andaluz y las Islas Baleares. Una elección que relega a las vacaciones de esquí debido al propio calendario de Semana Santa, que se celebra este año a finales de abril, cuando muchas pistas ya están cerradas. Por otro lado, **el 20% de las reservas se han realizado para destinos urbanos**, con Madrid y Barcelona a la cabeza, mientras que el 10% restante hará turismo rural y de montaña.

## Destinos internacionales

Entre los turistas que viajan **fuera de España, el 55% lo hará a capitales europeas** y las más elegidas por ahora han sido París, Londres, Roma, Berlín, Viena y Praga. No obstante, un 30% volará a países de Asia como Vietnam, Sri Lanka, Tailandia o Japón, y el 15 % ha escogido destinos de África como Egipto o del Oriente Medio como Jordania o Dubai.

Además, **entre el 70% y el 80% de las agencias receptoras**, trabajará con turistas nacionales, mientras que del 20% a 30% de viajeros internacionales que contratan estos servicios se decantan por destinos costeros.



De acuerdo con Sarrate, el **aumento continuado de las reservas de viajes se debe a la recuperación económica** del país y al incremento del empleo, que ha impulsado el poder adquisitivo de las familias después de la crisis. "Este crecimiento es sostenible desde 2014 y afianza la consistencia del sector, que está asentado, fuera de peligro y deja atrás años de penuria muy duros", ha afirmado Sarrate.

Tras dar a conocer estos datos, el presidente de ACAVe, que engloba a unas **500 agencias nacionales**, ha vaticinado que "será un año bueno". Ha explicado asimismo que se consolida la tendencia "precrisis" de reservar con dos y tres meses de antelación, pese a que todavía existen plazas disponibles para esta Semana Santa.

## Situación política

Y para que estas proyecciones se afiancen, el presidente de ACAVE ha apostado por **potenciar "un turismo de calidad** y no de cantidad" y fortalecer las relaciones público-privadas para lanzar "más campañas de sensibilización" ciudadana. En su opinión, "la gente se tiene que dar cuenta de la importancia del turismo y de que éste no viene a molestar" y sí -ha dicho- a generar riqueza.

Sarrate también ha descartado que la **situación política en España, con el juicio del "procés"** en marcha, afecte a la llegada de turistas internacionales, ni en Semana Santa ni tampoco en verano. "Después de 2017 y del atentado de Barcelona estamos vacunados. Había mucho miedo pero al final vemos que la gente no mezcla temas políticos con viajes", ha concluido.

CAT-TURISMO BARCELONA

## ACAVe ve "superficial" comparar cruceristas con una "plaga de langostas"

20/03/2019 - 12:50 Agencia EFE

El presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viaje Especializadas (ACAVe), Martí Sarrate, ha reprobado las declaraciones de la concejal de Ciutat Vella de Barcelona, Gala Pin, que comparó a los turistas de cruceros con "una plaga de langostas", y ha tachado estas palabras de "superficiales".

Sarrate ha lamentado que la edil, número siete de la lista de los comunes a las elecciones municipales del 26 de mayo, dijera en una entrevista al diario Ara que los cruceristas que desembarcan en la capital catalana se asemejen a una "plaga de langostas".

Pin opinó que Barcelona no debería tener tanto turismo de cruceros porque "es una plaga de langostas: devoran el espacio público y se van".

Sarrate ha criticado estas declaraciones y ha defendido que este tipo de turismo constituye un "mercado importantísimo para la ciudad y para la economía del país" y "si no se valora en conjunto y se dice así es un poco superficial", ha dicho.

En cualquier caso, ha reconocido que se trata de un tema político que las instituciones "tendrán que hablar con el gobierno de turno".

El presidente de la patronal, que aglutina a 500 agencias de viajes, también ha destacado que el turismo de cruceros emplea a casi 10.000 personas y deja "millones de euros" en el Puerto de Barcelona.

Por otro lado, Sarrate se ha referido a la polémica entre taxis y empresas de alquiler de vehículos con conductor (VTC) y ha instado a estos últimos a adaptarse a las leyes vigentes.

"Que tomen ejemplo de nosotros. Hay que renovarse o morir pero no se puede bloquear el movimiento normal de la economía, porque todo lo que se tenga que debatir debe hacerse en una mesa de negociación", ha señalado.

El presidente de ACAVe ha insistido en que la entidad está "en contra del intrusismo, pero todo lo que sea oficial tiene derecho a operar su negocio dentro de la normativa".

# Las agencias de viajes prevén que las reservas de Semana Santa crezcan un 10%

EFE

20/03/2019 a las 11:54 CET



Barcelona, 20 mar (EFECOM).- Las reservas de viajes para Semana Santa crecerán alrededor de un 10 % respecto al año pasado y se centrarán sobre todo en el litoral, según las previsiones de la Asociación Corporativa de Agencias de Viaje Especializadas (ACAVe), la patronal del sector.

El presidente de la entidad, Martí Sarrate, ha asegurado este miércoles que se afianza así el porcentaje de crecimiento de las contrataciones vacacionales, para las cuales también pronostican una subida del 10 % en el conjunto de 2019.

Hasta el momento, el 70 % de los españoles ha escogido un destino de costa para pasar sus vacaciones de Semana Santa, especialmente Canarias, seguido del litoral catalán, el andaluz y las Islas Baleares.

Una elección que relega a las vacaciones de esquí debido al propio calendario de Semana Santa, que se celebra este año a finales de abril, cuando muchas pistas ya están cerradas.

Por otro lado, el 20 % de las reservas se han realizado para destinos urbanos, con Madrid y Barcelona a la cabeza, mientras que el 10 % restante hará turismo rural y de montaña.

Entre los turistas que viajan fuera de España, el 55 % lo hará a capitales europeas y las más elegidas por ahora han sido París, Londres, Roma, Berlín, Viena y Praga.

No obstante, un 30 % volará a países de Asia como Vietnam, Sri Lanka, Tailandia o Japón, y el 15 % ha escogido destinos de África como Egipto o del Oriente Medio como Jordania o Dubai.

Además, entre el 70 % y el 80 % de las agencias receptoras, trabajará con turistas nacionales, mientras que del 20 a 30 % de viajeros internacionales que contratan estos servicios se decantan por destinos costeros.

De acuerdo con Sarrate, el aumento continuado de las reservas de viajes se debe a la recuperación económica del país y al incremento del empleo, que ha impulsado el poder adquisitivo de las familias después de la crisis.

"Este crecimiento es sostenible desde 2014 y afianza la consistencia del sector, que está asentado, fuera de peligro y deja atrás años de penuria muy duros", ha afirmado Sarrate.

Tras dar a conocer estos datos, el presidente de ACAVe, que engloba a unas 500 agencias nacionales, ha vaticinado que "será un año bueno".

Ha explicado asimismo que se consolida la tendencia "precrisis" de reservar con dos y tres meses de antelación, pese a que todavía existen plazas disponibles para esta Semana Santa.

Y para que estas proyecciones se afiancen, el presidente de ACAVe ha apostado por potenciar "un turismo de calidad y no de cantidad" y fortalecer las relaciones público-privadas para lanzar "más campañas de sensibilización" ciudadana.

En su opinión, "la gente se tiene que dar cuenta de la importancia del turismo y de que éste no viene a molestar" y sí -ha dicho- a generar riqueza.

Sarrate también ha descartado que la situación política en España, con el juicio del "procés" en marcha, afecte a la llegada de turistas internacionales, ni en Semana Santa ni tampoco en verano.

"Después de 2017 y del atentado de Barcelona estamos vacunados. Había mucho miedo pero al final vemos que la gente no mezcla temas políticos con viajes", ha concluido.

## Las agencias de viajes prevén que las reservas de Semana Santa crezcan un 10%



Barcelona, 20 mar (EFECOM).- Las reservas de viajes para Semana Santa crecerán alrededor de un 10 % respecto al año pasado y se centrarán sobre todo en el litoral, según las previsiones de la Asociación Corporativa de Agencias de Viaje Especializadas (ACAVE), la patronal del sector.

El presidente de la entidad, Martí Sarrate, ha asegurado este miércoles que se afianza así el porcentaje de crecimiento de las contrataciones vacacionales, para las cuales también pronostican una subida del 10 % en el conjunto de 2019.

Hasta el momento, el 70 % de los españoles ha escogido un destino de costa para pasar sus vacaciones de Semana Santa, especialmente Canarias, seguido del litoral catalán, el andaluz y las Islas Baleares.

Una elección que relega a las vacaciones de esquí debido al propio calendario de Semana Santa, que se celebra este año a finales de abril, cuando muchas pistas ya están cerradas.

Por otro lado, el 20 % de las reservas se han realizado para destinos urbanos, con Madrid y Barcelona a la cabeza, mientras que el 10 % restante hará turismo rural y de montaña.

Entre los turistas que viajan fuera de España, el 55 % lo hará a capitales europeas y las más elegidas por ahora han sido París, Londres, Roma, Berlín, Viena y Praga.

No obstante, un 30 % volará a países de Asia como Vietnam, Sri Lanka, Tailandia o Japón, y el 15 % ha escogido destinos de África como Egipto o del Oriente Medio como Jordania o Dubai.

Además, entre el 70 % y el 80 % de las agencias receptoras, trabajará con turistas nacionales, mientras que del 20 a 30 % de viajeros internacionales que contratan estos servicios se decantan por destinos costeros.

De acuerdo con Sarrate, el aumento continuado de las reservas de viajes se debe a la recuperación económica del país y al incremento del empleo, que ha impulsado el poder adquisitivo de las familias después de la crisis.

"Este crecimiento es sostenible desde 2014 y afianza la consistencia del sector, que está asentado, fuera de peligro y deja atrás años de penuria muy duros", ha afirmado Sarrate.

Tras dar a conocer estos datos, el presidente de ACAVE, que engloba a unas 500 agencias nacionales, ha vaticinado que "será un año bueno".

Ha explicado asimismo que se consolida la tendencia "precrisis" de reservar con dos y tres meses de antelación, pese a que todavía existen plazas disponibles para esta Semana Santa.

Y para que estas proyecciones se afiancen, el presidente de ACAVE ha apostado por potenciar "un turismo de calidad y no de cantidad" y fortalecer las relaciones público-privadas para lanzar "más campañas de sensibilización" ciudadana.

En su opinión, "la gente se tiene que dar cuenta de la importancia del turismo y de que éste no viene a molestar" y sí -ha dicho- a generar riqueza.

ACN > ECONOMIA

## El president de l'associació d'agències de viatges defensa "l'ingrés importantíssim" dels creuers a Barcelona

Martí Sarraté replica la regidora Gala Pin que els turistes "no tenen res a veure" amb una "plaga de llagostes"

ACN Barcelona.-El president de l'Associació Corporativa de Viatges Especialitzats (ACAVE), Martí Sarraté, ha defensat aquest dimecres la indústria dels creuers a Barcelona després de les crítiques de la regidora de Ciutat Vella, Gala Pin, que va assegurar que els creueristes són com "una plaga de llagostes". Sarraté ha dit que els turistes "no tenen res a veure" amb cap plaga, i ha destacat que deixen "un ingrés importantíssim" a la ciutat. En aquest sentit, el president de l'ACAVE ha defensat "la tasca excel·lent" que s'ha fet per convertir Barcelona en el primer port europeu de creuers i el tercer del món. Sarraté, a més, ha destacat que els creuers han permès obrir noves rutes a l'aeroport als Estats Units.

"Cal veure l'economia en un context global", ha assegurat Sarraté, defensant que "criticar de manera oberta els creueristes i mesclar-los amb plagues no és correcte". Sarraté diu que ja estan treballant amb l'Ajuntament de Barcelona perquè els residents de la ciutat vegin els turistes com "generadors d'economia" i no com "enemics". Sarraté ha afirmat que els creuers donen feina a 10.000 persones, que generen uns ingressos de 274 milions d'euros. També s'ha referit a la despesa mitjana dels creueristes, que gasten uns 580 euros diaris, i ha afegit que molts coneixen la ciutat durant el viatge amb el vaixell i "repeteixen" més endavant. Pel que fa a la polèmica dels taxis i VTC, Sarraté ha apel·lat a un debat a les meses de diàleg perquè diu que el bloqueig dels carrers "perjudica" als turistes i la imatge de Barcelona. El president d'ACAVE ha afirmat que els taxistes han d'"adaptar-se" a l'evolució dels mercats "com han fet les agències". El president de l'ACAVE ha fet aquestes declaracions en el marc d'un acte de presentació d'una enquesta entre els seus més de 500 associats per anticipar les previsions de viatges per Setmana Santa, i que preveuen un 10% més de reserves, amb la costa i la capital catalanes com a destinacions protagonistes. Segons l'enquesta, les previsions per aquesta Setmana Santa estan marcades per la bona climatologia i el calendari tardà. Entre els espanyols que han escollit destinacions nacionals per aquestes dates, més d'un 70% reserven destinacions de costa. Canàries ha tornat a situar-se com a primer destí, seguida de les costes de Catalunya, Andalusia i Balears. Les ciutats de Madrid i Barcelona segueixen suposant un 20% de les reserves per la seva oferta cultural, gastronòmica i d'oci. Sarraté ha afirmat que el sector turístic ja s'ha recuperat de la crisi i ara "pot mirar pel retrovisor" els últims cinc anys d'experiència per no tornar a cometre "els mateixos errors" per adaptar-se a la demanda dels nous consumidors. El president de l'ACAVE ha afegit que els professionals han sabut "especialitzar-se" i "adaptar-se" per a què les seves empreses siguin sostenibles en el temps.

## Canarias lidera las reservas de los españoles que pasan la Semana Santa dentro del país

Las agencias de viajes de Acave prevén un aumento de reservas del 10% para Semana Santa

Barcelona/Las Palmas de Gran Canaria, Europa Press 20/mar/19 12:04 PM eldia.es



Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas./AENA

**Barcelona/Las Palmas de Gran Canaria, Europa Press** Las islas Canarias encabezan las reservas de los españoles que han optado por quedarse dentro de las fronteras del país esta Semana Santa, situando sus costas como el sitio favorito para estar en esos días de descanso.

Así lo ha explicado en rueda de prensa este miércoles el presidente de las agencias de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), Martí Sarrate, quien resaltó que el 70 por ciento de los nacionales que optan por quedarse en España han reservado destinos de costa.

Por detrás de Canarias se sitúan otros destinos de mar como Cataluña, Andalucía y Baleares, según ha precisado ACAVe, que prevé un aumento de las reservas del 10 por ciento para Semana Santa respecto al mismo periodo del año pasado, en la línea de la previsión anual.

Sarrate --en la rueda de prensa junto a la gerente de la agencia, Catiana Tur, y el delegado de Zona Este Iberia, Santiago Escuder-- ha asegurado que el crecimiento sostenido del sector de las agencias desde 2014, situado entre el 5 por ciento y el 10 por ciento, hace que éste se ya se encuentre "fuera de peligro".

Ha sostenido que antes de la crisis, el sector estaba muy atomizado y saturado, y que el cierre de la mitad de los puntos de venta y de un millar de agencias ha derivado en un estado saludable del sector: "Incluso están habiendo nuevas aperturas y se ha potenciado la especialización. Los que han subsistido están vacunados".

#### RESERVAS CON MÁS ANTELACIÓN

Según la encuesta realizada entre sus más de 500 asociados, la gente a vuelto a planificar y reservar los viajes con entre dos y tres meses de antelación, aunque aún quedan "muchas plazas disponibles" que esperan cubrir hasta dos semanas antes del inicio de las vacaciones.

Entre los españoles que han elegido destinos nacionales, más de un 70% han reservado destinos de costa como Canarias, que ha vuelto a situarse en primer lugar, seguida de las costas de Cataluña, Andalucía y Baleares.

## Canarias encabeza las reservas de los españoles que se quedan en el país esta Semana Santa

Las agencias de viajes de Acave prevén un aumento de reservas del 10% para Semana Santa

20/3/2019 - 12:58

Las agencias de viajes de Acave prevén un aumento de reservas del 10% para Semana Santa

BARCELONA/LAS PALMAS DE GRAN CANARIA, 20 (EUROPA PRESS)

Las islas Canarias encabezan las reservas de los españoles que han optado por quedarse dentro de las fronteras del país esta Semana Santa, situando sus costas como el sitio favorito para estar en esos días de descanso.

Así lo ha explicado en rueda de prensa este miércoles el presidente de las agencias de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAve), Martí Sarrate, quien resaltó que el 70 por ciento de los nacionales que optan por quedarse en España han reservado destinos de costa.

Por detrás de Canarias se sitúan otros destinos de mar como Cataluña, Andalucía y Baleares, según ha precisado ACAve, que prevé un aumento de las reservas del 10 por ciento para Semana Santa respecto al mismo periodo del año pasado, en la línea de la previsión anual.

Sarrate --en la rueda de prensa junto a la gerente de la agencia, Catiana Tur, y el delegado de Zona Este Iberia, Santiago Escuder-- ha asegurado que el crecimiento sostenido del sector de las agencias desde 2014, situado entre el 5 por ciento y el 10 por ciento, hace que éste se ya se encuentre "fuera de peligro".

Ha sostenido que antes de la crisis, el sector estaba muy atomizado y saturado, y que el cierre de la mitad de los puntos de venta y de un millar de agencias ha derivado en un estado saludable del sector: "Incluso están habiendo nuevas aperturas y se ha potenciado la especialización. Los que han subsistido están vacunados".

### RESERVAS CON MÁS ANTELACIÓN

Según la encuesta realizada entre sus más de 500 asociados, la gente a vuelto a planificar y reservar los viajes con entre dos y tres meses de antelación, aunque aún quedan "muchas plazas disponibles" que esperan cubrir hasta dos semanas antes del inicio de las vacaciones.

Entre los españoles que han elegido destinos nacionales, más de un 70% han reservado destinos de costa como Canarias, que ha vuelto a situarse en primer lugar, seguida de las costas de Cataluña, Andalucía y Baleares.

Un 20% se decanta por ofertas de turismo cultural y se centra en Madrid y Barcelona, mientras que el 10% restante prefiere pasar las vacaciones de Pascua haciendo turismo rural y de montaña.

### DIVERSIFICACIÓN

A nivel internacional, según las agencias emisoras, más de un 55% de las reservas de los españoles que viajarán al extranjero irán a capitales europeas como París, Londres, Roma, Berlín, Viena y Praga, mientras que el 30% irá a Asia, en países como Vietnam, Sri Lanka y Tailandia, y el 15% restante optará por destinos africanos y de Oriente Medio.

Las agencias receptoras han estimado que entre un 70% y un 80% de sus reservas corresponderán a clientes nacionales, mientras que el resto serán de turistas internacionales, procedentes en su mayoría de Francia, Benelux, Reino Unido, Alemania, Italia e Irlanda, por este orden.

Ha señalado que ha habido un trasvase del turismo de esquí hacia otros destinos debido al buen tiempo y al hecho de que este año la Semana Santa caiga en la segunda mitad del mes de abril.

## COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

Sarrate ha insistido en la necesidad de que haya una buena colaboración público-privada para que la industria turística siga creciendo y de sensibilizar a los residentes de los beneficios del turismo: "El turismo es importante para un país como el nuestro, por lo que representa en el PIB, por los puestos de trabajo y la economía".

En este sentido, y preguntado sobre las declaraciones de la concejal del distrito barcelonés de Ciutat Vella, Gala Pin, en que calificaba el turismo de cruceros como "plaga de langostas", Sarrate ha defendido que este mercado es también muy importante.

"Si no se valora así, es un poco superficial. El ayuntamiento debe colaborar con todas las iniciativas. Todos los crecimientos son positivos a nivel de puestos de trabajo", ha sostenido, y ha dicho que los cruceristas generan 1.083 millones de euros anuales.

El presidente de la asociación también ha valorado positivamente el perfil de turismo de congresos que ha adoptado Barcelona y ha descartado que a nivel político haya afectaciones: "Estamos vacunados porque después de 2017 y 2018, con un atentado inclusive, al final hemos batido récords".

---

**ECONOMÍA**

**SEMANA SANTA**

## Canarias lidera las reservas de los turistas españoles

Europa Press, Las Palmas de GC 21/mar/19 6:24 AM Edición impresa

**Europa Press, Las Palmas de GC**

Las islas Canarias encabezan las reservas de los españoles que han optado por quedarse dentro de las fronteras del país esta Semana Santa, situando sus costas como el sitio favorito para estar en los días de descanso.

Así lo explicó en rueda de prensa el presidente de las agencias de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), Martí Sarrate, quien resaltó que el 70 por ciento de los nacionales que optan por quedarse en España reservaron destinos de costa.

Por detrás de Canarias se sitúan otros destinos de mar como Cataluña, Andalucía y Baleares, según ha precisado ACAVe, que prevé un aumento de las reservas del 10 por ciento para Semana Santa respecto al mismo periodo del año pasado, en la línea de la previsión anual.

Sarrate aseguró que el crecimiento sostenido del sector de las agencias desde 2014, situado entre el cinco y el 10 por ciento, hace que éste se ya se encuentre "fuera de peligro".

Agregó que, antes de la crisis, el sector estaba muy atomizado y saturado, y que el cierre de la mitad de los puntos de venta y de un millar de agencias derivó en un estado saludable del sector: "Incluso está habiendo nuevas aperturas y se ha potenciado la especialización. Los que han subsistido están vacunados", comentó.

# Las agencias catalanas prevén un crecimiento del 10% para Semana Santa

NEXOTUR | Jueves 21 de Marzo de 2019, 06:00h

Las buenas condiciones climatológicas y el calendario tardío [jugarán a favor de las reservas de viajes para Semana Santa](#). Según la última encuesta realizada por la [Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas \(ACAVE\)](#), se espera un **crecimiento cercano al 10% en comparación con la temporada anterior**, consolidándose la tendencia de los ciudadanos a reservar con entre dos y tres meses de antelación.



Martí Sarrate preside ACAVE.

## Las ventas de última hora abundan en Semana Santa

La Semana Santa es uno de los pocos periodos festivos donde [abundan las ventas de última hora](#).

Aunque buena parte de las reservas ya se han efectuado, las agencias catalanas (el 80% de los asociados de ACAVE operan en esta Comunidad) **tienen aún muchas plazas libres que esperan cubrir hasta dos semanas antes del inicio** de las vacaciones. De hecho,

Profundizando en la [demanda nacional de los clientes para estas fechas](#), **más del 70% se decantan por destinos de costa**. Canarias se sitúa en primer lugar, seguida de la costa catalana, Andalucía y Baleares. También tienen un peso relevante los destinos urbanos de Madrid y Barcelona (20%), mientras que un 10% de los clientes optarán por Turismo rural y de montaña.

## Capitales europeas, la opción preferida

Según las agencias emisoras, **un 55% de las reservas de viajes al extranjero son a capitales europeas**. Las más solicitadas son, por este orden, París, Londres, Roma, Berlín, Viena y Praga. Por otra parte, la encuesta revela que este año crecerá el número de reservas para visitar destinos asiáticos, cuya cuota ronda el 30%.

En el apartado receptivo, las agencias de ACAVE estiman que **entre un 70% y un 80% de sus reservas corresponden a clientes nacionales**, mientras que entre el 20% y el 30% restante son de turistas internacionales. De éstos últimos, los mercados emisores más importantes son Francia, Países Bajos, Reino Unido, Alemania, Italia e Irlanda. En cuanto a los destinos, los más demandados son Canarias, Cataluña, Comunidad Valenciana, Andalucía y Baleares.

## Las agencias aseguran estar preparadas para el cambio de ciclo

De momento, se mantienen el crecimiento de la actividad en el inicio del año

● 22 MARZO, 2019

Lejos de sentir una desaceleración de la actividad que anuncie un cambio de ciclo, sus ventas siguieron creciendo en 2018

Si algunos sectores ya están apreciando una desaceleración, en la intermediación turística los crecimientos se mantienen desde 2014

Las agencias que resistieron la crisis salieron vacunadas ante la recesión y aseguran estar preparadas ante un posible cambio de ciclo



Los profesionales y empresarios del sector de agencias de viajes y turoperadores – salvo contadas excepciones– aseguran que, **lejos de sentir una desaceleración de la actividad que anuncie un cambio de ciclo, sus ventas siguieron creciendo** en 2018 y prevén que mantengan el ritmo en este año, según cuentan en [este reportaje de la Revista Hosteltur](#).

En cuanto a **más largo plazo**, con 2020 en el horizonte, la pasada crisis ha dotado al sector de agencias de una mayor agilidad que le permite maniobrar en menor tiempo y poder esperar más antes de tomar decisiones.

“Estamos preparados ante un posible cambio de ciclo. Lo prevemos, si bien todavía no estamos notando una menor demanda. Hay que tener en cuenta que la economía se basa por moverse con una tendencia cíclica. Después de una crisis llega la recuperación, y al cabo de unos años es normal que se produzca una desaceleración”, asegura **Javier Castillo, director general de Soltour**.

### *El sector de agencias de viajes no aprecia una desaceleración y sigue creciendo, según ilustran los índices de cifra de negocio del INE, con un aumento del 4% en 2018*

Y es que las cifras cantan. Si bien algunos sectores de la economía nacional ya están apreciando una desaceleración, lo cierto es que en de la intermediación turística los crecimientos se mantienen desde 2104. En 2018 la cifra de negocio de las agencias, **según las estadísticas del INE**, creció por encima del 4%, más incluso que el 2,7% de 2017. Y de cara a este 2019, **La Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE)** aventura un notable aumento del 10% en las ventas, según una encuesta realizada entre sus 500 agencias asociadas.

La misma línea apuntan las cifras más fiables con las que cuenta el sector de agencias, la **producción del BSP de IATA**, según la cual en 2018, no sólo se mantuvo el crecimiento (el 2,8% en 2017), sino que se duplicó con un 5%.

### **Deberes hechos**

No obstante, y ante la reiteración de los mensajes de cautela ante un cambio de ciclo que, según los gurús no supondrá una nueva crisis, sino una desaceleración, son muchos los agentes de viajes que aseguran que **“ya tenemos hechos los deberes”**. En este sentido, el presidente de ACAVE y director general del Juliá Tours, Martí Sarrate, asegura que **las agencias “que resistimos la crisis salimos vacunadas ante la recesión**. Estamos preparadas ante un posible cambio de ciclo. Tenemos aprendida la lección. Esa lección es el control de costes, la especialización y la apuesta por la tecnología”. Y añade: “De hecho, manteniendo el mismo número de empresas, estamos creando más empleo, hasta superar los niveles de antes de la crisis”.

### *El traumático impacto que tubo la crisis en las agencias las hace ser ahora más cautas de cara a futuros imprevistos*

En este sentido, es significativo el caso de este sector que sufrió el cierre de un tercio de su parque de agencias (**cerraron 5.000 de las 13.000 que había antes de la crisis**), y que actualmente, con un total de apenas 9.000 agencias ha superado el número de trabajadores que había en 2008, más de 62.000 profesionales.

Esa **reestructuración traumática** que sufrió el sector durante la crisis, impuso unas estrategias de gestión más ágiles y cautas de cara a futuros vaivenes. Ya de por sí, ese aumento de empleo está basado en una mayor precariedad y en el aumento de los trabajadores autónomos, que ya suponen una cuarta parte del sector.



Los turoperadores y agencias de viajes prevén seguir creciendo durante 2019 en el mercado emisor español. En la foto, una imagen de Fitur.

Por otro lado, además del **control de costes y especialización**, apuntados por el presidente de ACAVE, el director general de Soltour apunta: “Ante un posible cambio de ciclo nuestra estrategia está afianzada en la **diversificación** gracias a nuestra sólida presencia en los mercados español y portugués. También contamos con unas estructuras ágiles que nos permiten reaccionar con rapidez ante las fluctuaciones de la demanda. Y, por otro lado, nuestra cuota de mercado nos permite crecer al diversificar.

### **Estructuras más ágiles**

Por el contrario, **Eduardo García**, director de **Sanander Viajes** y presidente de La Asociación de Agencias de Viajes y Operadores de Turismo de Cantabria (**AAVOT**), se muestra más cauto y ya ha puesto en marcha estrategias “por si acaso”. García indica que todavía “no hay datos que indiquen, no una recesión sino una desaceleración, pero es verdad que en la planificación para los próximos tres años estamos teniendo en cuenta esa posibilidad. Por ejemplo, en nuestra agencia se van a jubilar tres personas y la previsión es contratar, de momento, a una y esperar a ver cómo se desarrolla la actividad antes de cubrir las otras dos vacantes”.

#### *Algunos informes apuntan a una posible ralentización de la actividad de las agencias en el primer semestre de este 2019, sin llegar a un descenso*

Y coincide con Sarrate: “De cara a ese posible cambio de ciclo, creo que las agencias hemos aprendido la lección de la crisis, y estamos preparados. Hemos adoptado estructuras más ágiles”. No obstante, ya se han puesto manos a la obra y, en cuanto a las estrategias a adoptar, “estamos conteniendo las inversiones y sometiéndolas a un doble estudio; estamos reduciendo la deuda y créditos; y **estamos dotando a la empresa de más músculo financiero** a base de reinvertir en lugar de repartir los beneficios”, apunta García.

También el último informe del **Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR)** apunta a una posible ralentización. Según este estudio, las expectativas de negocio de las agencias de viajes para el primer semestre de este 2019 mantienen una tónica de cierta estabilidad, pero sus principales variables pierden intensidad respecto al segundo semestre del año 2018, en donde reinaba una atmósfera de mayor optimismo. La llegada de otra crisis económica y la incertidumbre política son las dos grandes amenazas que se perciben por parte de algunas de las agencias de viajes consultadas.

## Andalucía refuerza la promoción de su oferta turística entre agencias españolas

### *EL ENCUENTRO, ORGANIZADO POR LA ASOCIACIÓN ACAVE, HA PERMITIDO CONTACTAR CON INTERMEDIARIOS CON VISTAS A LA PRÓXIMA TEMPORADA ALTA*

La Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local ha difundido la oferta turística de Andalucía en un taller de trabajo organizado por la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), encuentro con el que se pretende impulsar la comercialización del destino.

La cita, que ha tenido lugar en Barcelona y de la que ya se desarrolló previamente una experiencia similar en Málaga, ha reunido a profesionales integrados en este colectivo y empresas, ante quienes se ha hecho especial hincapié en la próxima Semana Santa y la temporada alta, así como en los productos que mayor interés despiertan entre los clientes del mercado nacional.

En ACAVe se integran emisoras nacionales y corporativas, operadores, receptivos de costa y ciudad, agencias 'online' y empresas de cruceros. Además, determinados socios gestionan los viajes de sus clientes durante todo el año, por lo que se trata de un perfil de elevado interés para contribuir a la desestacionalización y diversificar las llegadas.

Actualmente, ACAVe, que cuenta con una fuerte presencia en Cataluña, está formada por más de 500 agencias de viajes centrales y representa los intereses de alrededor de un millar de puntos de venta.

Los establecimientos hoteleros de Andalucía recibieron durante 2018 un total de 9,8 millones de viajeros españoles, lo que supone un incremento del 3,4% en relación con el ejercicio anterior. Las pernoctaciones alcanzaron, por su parte, los 24 millones, con un aumento del 4%.

## Un 90% de los agentes considera que las comisiones han bajado en los últimos años

UNAV se muestra “muy crítico” con Renfe y las compañías aéreas, mientras que desde Avasa celebran haber mantenido la rentabilidad para sus clientes

Los agentes no lo dudan: las comisiones que reciben de los proveedores han bajado en los últimos años. Un 40% de los encuestados por AGENTTRAVEL considera que solo un poco, pero hasta un 50% han respondido con un rotundo ‘sí’.

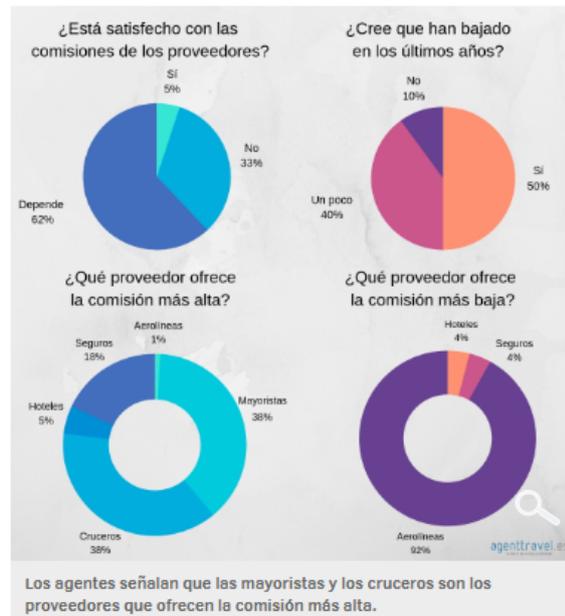
Carlos Garrido, el presidente de la **Unión de Agencias de Viajes (UNAV)**, coincide con el diagnóstico de sus asociados: “Hace 30 años éramos puros comisionistas, pero estas comisiones han ido reduciéndose a lo largo del tiempo hasta llegar al extremo donde estamos hoy”.

El presidente de UNAV lamenta que “las comisiones hayan bajado a menos del 1% en muchos proveedores como el mercado aéreo y el ferroviario”, una tendencia que, en su opinión, comenzó en 1998 cuando Iberia tomó la decisión de “dejar de retribuir al canal”.

En ese sentido, más de un 90% de los agentes consultados apuntan en la misma dirección: las aerolíneas son el proveedor que ofrece las comisiones más bajas, a mucha distancia de los hoteles y seguros, que ocupan el segundo lugar con solo un 4% de los votos.

Desde UNAV, se muestran “muy críticos con Renfe y con las compañías aéreas” pues en su opinión las agencias “suponen una cuota de más del 70% de la facturación de las grandes aerolíneas” y, por eso, su trabajo “debería estar retribuido”. “Es el único sector donde no se retribuye el canal de distribución”, protesta Garrido.

“Las comisiones hayan bajado a menos del 1% en muchos proveedores como el mercado aéreo y el ferroviario”, Carlos Garrido



En el otro lado de la balanza, las mayoristas y los cruceros, considerados por un 38% de agentes como los proveedores más generosos a la hora de repartir comisiones. “Los turoperadores, la venta de paquetes turísticos y los hoteles están bien retribuidos por lo general; son los mismos índices que había hace muchos años”, reconoce Garrido.

Esta diferencia entre las comisiones de una aerolínea y las de un turoperador, por ejemplo, motiva que más del 60% de los agentes, cuando se les pregunta si están satisfechos con las comisiones, respondan que depende del proveedor. Por su parte, un 33% admiten que no les parece suficiente, y tan solo un 5% que se conforman con los porcentajes actuales.

### La negociación de las comisiones

Pero, ¿quién se encarga de negociar los porcentajes? “Antes se negociaban con cada proveedor. Hoy, lo hacen nuestros grupos de gestión”, explica Carlos Garrido.

Para el presidente de UNAV, que sean los grupos de gestión los que negocian las comisiones “reduce mucho la diferencia entre los grandes y los pequeños” porque, de esta forma por ejemplo, “cuando El Corte Inglés hace la contratación está compitiendo con Travel Advisors, que tiene unos volúmenes mayores”.

Uno de estos grupos de gestión es **Avasa**. Su director, Carlos López Bahillo, explica que la compañía “realiza una ronda de negociaciones con los proveedores seleccionados cuando acaba el año” y llega a “acuerdos mínimos de comisiones para todas sus agencias”.

---

Avasa realiza una ronda de negociaciones con los proveedores seleccionados cuando acaba el año y llegan a acuerdos mínimos de comisiones	Avasa también realiza “campañas para conseguir sobrecomisiones” y pacta “escalados de rappel que se dan íntegramente a las agencias por la consecución de objetivos”, según López Bahillo, lo cual hace que, aunque las agencias “puedan tener acuerdos complementarios”, por lo general confíen todas las negociaciones de las comisiones en un grupo de gestión.
--	--

---

Al contrario que Garrido y las agencias consultadas, el director general de Avasa no considera que la tendencia de los proveedores sea ofrecer comisiones a la baja, pues el grupo de gestión “está manteniendo el nivel de rentabilidad para las agencias” e incluso en algún caso “incrementándolo”.

Sí reconoce Bahillo que, “en casos muy puntuales, algún proveedor reduce el importe de la parte comisionable”. En la misma línea, Carlos Garrido apunta que UNAV tiene “una batalla” con las rent a car porque “retribuyen las comisiones sobre la tarifa y no sobre las tasas”.

Garrido sostiene que, en el caso de las compañías de alquiler de coches, “las tasas: el suplemento del aeropuerto, el IVA o el seguro, son a veces mucho más elevadas que el precio del alquiler” y señala que “es engañoso porque la comisión sobre el coste es bastante marginal”.

### **Las comisiones y los gastos de gestión, ¿relacionados?**

La tendencia hacia la bajada de las comisiones por parte de los proveedores, o incluso la supresión de las mismas, que exponen tanto el presidente de UNAV como los agentes consultados, podría repercutir sobre los gastos de gestión que las minoristas cobran a sus clientes.

Al menos, así se desprende del ‘II Estudio estratégico del sector de las agencias de viaje en España 2018’, elaborado entre Amadeus y la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave), que cuenta con un epígrafe en el que analiza los porcentajes de comisión de cada proveedor y los relacionados con los gastos de gestión de las agencias.

De esta forma, los billetes de avión cuentan con una comisión del 0,6% y las agencias repercuten a sus clientes un 5,1% de gastos de gestión; en los billetes de tren es un 0,7% y un 3,7%, respectivamente; y en los seguros de viajes un 1% y un 8,8%.

---

Los gastos de gestión “deben servir para poner en valor el trabajo de un asesor de viajes”, según Carlos López Bahillo

---

En los productos con más comisión sucede al revés: los proveedores de paquetes vacacionales ofrecen a las agencias un porcentaje del 8,8% y estas repercuten sobre sus clientes un 1,7%; en la reserva de hoteles, un 8,9% y un 2,5%, respectivamente; en cruceros, un 7,5% y un 0,8%

Sin embargo, Carlos López Bahillo, no cree “que el aumento o bajada de las comisiones vaya en proporción o relación con los gastos de gestión” y pone de manifiesto que, estos últimos, más que suplir el porcentaje que ofrece un proveedor, “deben servir para poner en valor el trabajo de un asesor de viajes”.

“El gasto de gestión que la agencia debe cobrar por un Madrid Barcelona no debe ser el mismo que el de un cliente que te pide un circuito por Asia a medida. No tiene nada que ver. Se trata del valor que tiene el asesoramiento como agente de viajes”, concluye el director general de Avasa.



Autor: Ingimage

## Las agencias de viajes prevén que las reservas de Semana Santa crezcan un 10%

Europa Press

**El 70% de los españoles ha escogido un destino de costa para pasar sus vacaciones de Semana Santa, especialmente Canarias, seguido del litoral catalán, el andaluz y Balears**

Las **reservas de viajes para Semana Santa crecerán alrededor de un 10%** respecto al año pasado y se centrarán sobre todo en el litoral, según las previsiones de la Asociación Corporativa de Agencias de Viaje Especializadas (ACAVE), la patronal del sector.

El presidente de la entidad, **Martí Sarrate**, ha asegurado este miércoles que se afianza así el porcentaje de crecimiento de las contrataciones vacacionales, para las cuales también pronostican una subida del 10% en el conjunto de 2019.

Hasta el momento, **el 70% de los españoles ha escogido un destino de costa** para pasar sus **vacaciones de Semana Santa**, especialmente **Canarias**, seguido del **litoral catalán, el andaluz y Balears**.

Una elección que relega a las vacaciones de esquí debido al propio calendario de Semana Santa, que se celebra este año a finales de abril, cuando muchas pistas ya están cerradas.

### Otros destinos

Por otro lado, **el 20% de las reservas se han realizado para destinos urbanos**, con **Madrid y Barcelona** a la cabeza, mientras que el **10% restante hará turismo rural y de montaña**.

Entre los turistas que viajan fuera de España, el 55% lo hará a **capitales europeas** y las más elegidas por ahora han sido **París, Londres, Roma, Berlín, Viena y Praga**.

No obstante, un 30% volará a países de **Asia** como **Vietnam, Sri Lanka, Tailandia o Japón**, y el 15% ha escogido destinos de **África** como **Egipto** o del **Oriente Medio** como **Jordania o Dubai**.

Además, entre el 70% y el 80% de las agencias receptoras, trabajará con turistas nacionales, mientras que del 20 a 30% de viajeros internacionales que contratan estos servicios se decantan por destinos costeros.

De acuerdo con Sarrate, el aumento continuado de las reservas de viajes se debe a la recuperación económica del país y al incremento del empleo, que ha impulsado el poder adquisitivo de las familias después de la crisis "Este crecimiento es sostenible desde 2014 y afianza la consistencia del sector, que está asentado, fuera de peligro y deja atrás años de penuria muy duros", ha afirmado Sarrate.

Tras dar a conocer estos datos, el presidente de ACAVe, que engloba a unas 500 agencias nacionales, ha vaticinado que "será un año bueno".

Ha explicado asimismo que se consolida la tendencia "precrisis" de reservar con dos y tres meses de antelación, pese a que todavía **existen plazas disponibles para esta Semana Santa**.

Y para que estas proyecciones se afiancen, el presidente de ACAVe ha apostado por potenciar "un turismo de calidad y no de cantidad" y fortalecer las relaciones público-privadas para lanzar "más campañas de sensibilización" ciudadana. En su opinión, "la gente se tiene que dar cuenta de la importancia del turismo y de que éste no viene a molestar" y sí -ha dicho- a generar riqueza. Sarrate también ha descartado que la situación política en España, con el juicio del procés en marcha, afecte a la llegada de turistas internacionales, ni en Semana Santa ni tampoco en verano.

"Después de 2017 y del atentado de Barcelona estamos vacunados. Había mucho miedo pero al final vemos que la gente no mezcla temas políticos con viajes", ha concluido.

## AGENCIAS FÍSICAS VERSUS 'ONLINE'

# El cliente de la agencia física, más fiel y en busca de productos más complejos

NEXOTUR | Viernes 29 de Marzo de 2019, 06:00h

El [cliente de la agencia convencional](#) se caracteriza por su **elevada fidelidad y por la búsqueda de productos y servicios de mayor complejidad**. La seguridad y el asesoramiento personalizado son, entre otros factores, las principales **razones por las que acuden a una tienda física** en vez de reservar en la Red.

A pesar del auge de Internet —y en contra de lo que algunos expertos vaticinaron— las agencias de viajes convencionales **siguen jugando un papel relevante en la distribución turística**. Según los últimos [datos recogidos por Amadeus y la Asociación Catalana de Agencias de Viajes \(ACAVE\)](#), en la actualidad [habría en España unos 9.500 puntos de venta](#), cifra al alcance de muy pocos países de la Unión Europea.

### El 73% de los clientes acude siempre o casi siempre a las mismas agencias

Uno de los factores que está detrás de la resistencia de este modelo de negocio es, sin lugar a dudas, la **fidelidad del cliente**. Y es que el 73,2% afirma acudir siempre o casi siempre a las mismas agencias de viajes. Mientras tanto, un 25,8% de los usuarios de tiendas físicas visita una sola oficina antes de contratar un producto, un 28,2% dos y

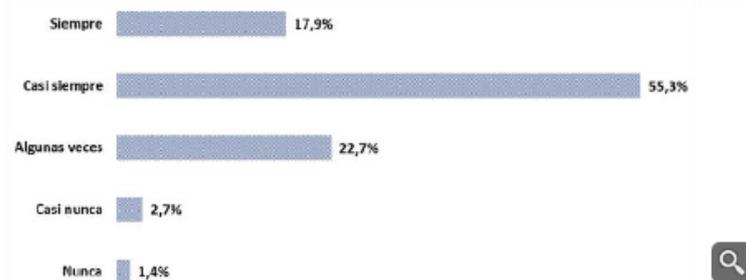
otro 28,2% entra en tres tiendas distintas.

La [principal razón por la que los residentes en España acuden a una agencia convencional](#) es el **trato personalizado**, opción señalada por el 17,5% de los encuestados por Amadeus y ACAVE. En segundo lugar está el hecho de que les proporciona una mayor seguridad y confianza que Internet (12,3%), seguido de la percepción de una mayor seguridad y facilidad en el proceso de reserva y pago (11,5%) y el asesoramiento por parte de profesionales experimentados (10,5%). En relación al nivel de satisfacción de los clientes de agencias físicas, llama la atención que **un 82,3% se declara muy o bastante satisfecho con el servicio recibido**.



Fuente: Amadeus y ACAVE.

¿Acude siempre a la/s misma/s AAVV físicas?



### Contratan productos más complejos

Los productos que suelen contratar sus usuarios difieren según la motivación de viaje. Los de ocio reservan con mayor frecuencia **'paquetes' turísticos a medida (17,8%), viajes organizados de un turoperador (13,2%) y cruceros (11,7%)**. En cambio, los viajeros de negocios contratan mayormente otros productos o servicios (15,9%), hoteles (15,2%), seguros (14,6%), billetes de avión (11,6%) y alquiler de vehículos (11,6%).

En cuanto a los hábitos y preferencias de los viajeros que contratan en Internet, los datos del informe revelan que lo más habitual (75,7%) es que miren en **más de tres páginas web antes de realizar la reserva**. Si bien suelen visitar siempre o casi siempre los mismos 'portales', según asegura el 68,3%.

Los usuarios que hacen uso de la Red para contratar sus vacaciones declaran que **la primera razón es la comodidad (12,5%)**. Por detrás figuran el precio (10,6%), la existencia de más ofertas y promociones (9,9%), la rapidez (9,9%) y la posibilidad de comparar precios en diferentes páginas web (9,7%). El nivel de satisfacción de los clientes de agencias *online* es incluso más elevado que el de las físicas. En concreto, un 91,5% se considera muy o bastante satisfecho. En cuanto a los productos que suelen contratar, los más relevantes son: hoteles (22,7%), billetes de avión (17,9%), billetes de tren (8,9%), billetes de autobús (6,4%) y alquiler de vehículos (5,8%).

# Revistas

MAHALA

Comunicación  
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova,  
9 – 4<sup>o</sup>1<sup>a</sup>  
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C  
28005 Madrid  
[www.mahala.es](http://www.mahala.es)

Partners en:  
París, Milán, Berlín,  
Londres, Los Angeles



La empresa turística se prepara para

# RESISTIR AL CAMBIO DE CICLO

en un año cargado de incertidumbres

*Tecnología, hipersegmentación y contención, algunas de las fórmulas*

REPORTAJE

José Luis Ortega  
 Ángeles Vargas  
 Vivi Hinojosa  
 Carmen Porras  
 Diana Ramon Vilarasau  
 José Manuel de la Rosa  
 Xavier Canalis  
 @hosteltur

Tras una fase de fuerte expansión que arrancó en 2012, cada vez más empresas turísticas españolas asumen que los crecimientos tan intensos de los últimos años van a ir frenándose. A lo largo de este año, probablemente, la desaceleración se va a notar más en el ámbito receptivo que en el emisor, según apuntan las múltiples fuentes consultadas para este reportaje.

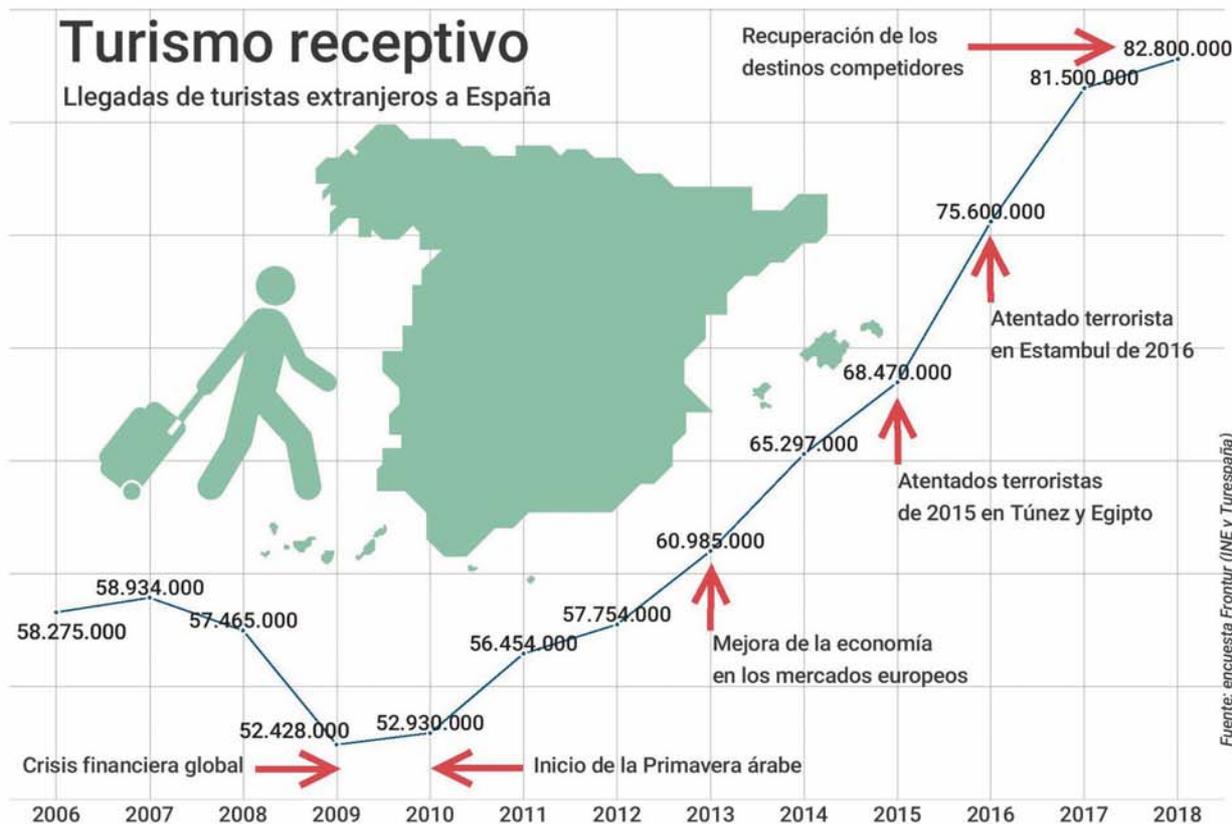
**E**spaña recibió 83 millones de turistas en 2018, lo que significó un crecimiento anual del 1,1%. Esa tasa ya representa una notable desaceleración respecto a los aumentos que se registraron en los años anteriores, véase 2017 (+8,7%), 2016 (+10,4%), 2015 (+4,9%) y 2014 (+7,1%). La recuperación de los des-

tinios competidores, el enfriamiento de la economía internacional y las repercusiones del Brexit son factores cruciales que podrían afectar al crecimiento del turismo en España. Ante esta tesitura, las empresas turísticas españolas preparan sus líneas de defensa. De hecho, el cambio de ciclo no es

algo que haya cogido por sorpresa a buena parte de la industria turística española. Al contrario. Durante la época de vacas gordas, numerosas empresas han llevado a cabo un proceso de inversión y reposicionamiento de su oferta. Ya en 2017 la inversión en el sector hotelero español alcanzó los 4.000 millones



1 Marzo, 2019



de euros, según datos que maneja el **Observatorio Inmobiliario** con el asesoramiento de **CEHAT** y **Tinsa**. Mientras que en 2018 se alcanzó otro récord en volumen de inversión hotelera con 4.860 millones de euros –el 64% de estas operaciones se realizó en destinos vacacionales–, según datos de **Christie & Co**. Desde esta empresa, se apunta que España seguirá atrayendo interés inversor, si bien en un entorno más volátil y competitivo. Expertos en inversiones hoteleras confirman que los proyectos para los próximos años se mantienen, “aunque cuestan algo más de sacar adelante”, según indican **Juan Gallardo** y **Roger Serra-Illonga**, de **Bric Consulting**. Pero a pesar de las inversiones realizadas y las que están en marcha, la industria hotelera comienza a lan-

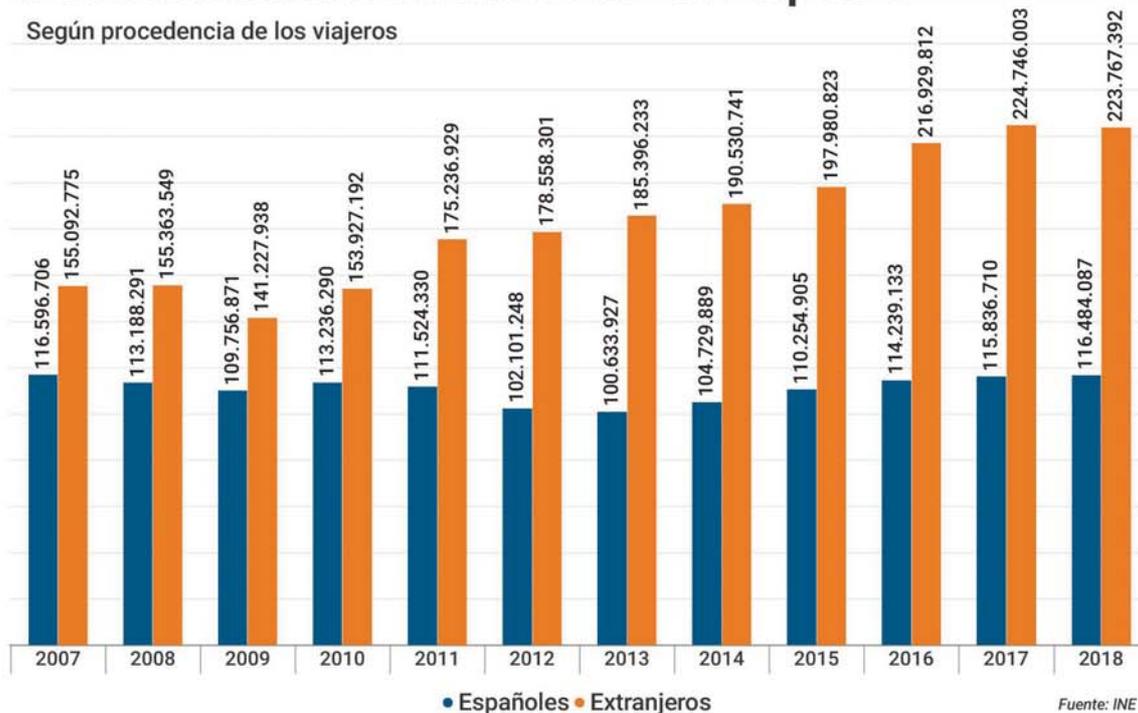
zar advertencias de cara a 2019. Esta preocupación se reflejó por ejemplo en **Fitur**, donde las asociaciones hoteleras de Mallorca, Menorca, Ibiza y Formentera exigieron al gobierno de Baleares “la puesta en marcha de medidas urgentes para hacer frente al cambio de ciclo que estamos viviendo y evitar una pérdida de competitividad turística”. En este sentido, dichas patronales hoteleras reclaman la eliminación del Impuesto del Turismo Sostenible, la “urgente” aprobación de una nueva norma que permita continuar con la reforma de la planta hotelera en el archipiélago así como erradicar la oferta ilegal de alojamiento. **¿Un suflé que baja?** Puestos a echar mano de metáforas para describir el momento que vive

en la actualidad el turismo español, la de un suflé que se desinfla describiría a la perfección el escenario actual. Así lo ve **Jaime Buxó**, director de Desarrollo de Negocio de **Barceló Hotel Group**, que asume que una actividad económica no puede crecer de manera indefinida y ahora toca encarar una corrección en el mercado. “Después de crecer tanto, el suflé se desinfla”, afirma. El CEO para EMEA de **Barceló**, **Raúl González**, reconoce que de cara a 2019 se aprecia un “cambio de ciclo” debido a la “ralentización” de las llegadas viajeros internacionales. Pero González no habla de caída del turismo sino de “evolución positiva con desaceleración”, que ha afectado más a los destinos vacacionales, que dependen más del turismo extranjero, que a los urbanos, más de-



## Pernoctaciones hoteleras en España

Según procedencia de los viajeros



mandados por el viajero español. Y duda de que el turismo nacional pueda compensar la caída de los turistas internacionales, pues recuerda que los archipiélagos dependen mucho de las llegadas de extranjeros.

### Inversiones estratégicas

Pese a estos nubarrones, Raúl González es optimista. “Mantenemos una visión positiva ya que aquellos grupos que en los años de ciclo alto hemos llevado a cabo inversiones estratégicas podremos aprovechar las oportunidades que surgirán con el cambio de ciclo. El mercado hotelero español seguirá siendo atractivo para los inversores”, apunta. En la misma línea se pronuncia el director general de **Hoteles Elba, Fernando de las Heras**, que observa que el segmento vacacional está “entrando en una fase de regulariza-



*Uno de los factores que más alimenta la incertidumbre en 2019 es el Brexit por los impactos que pueda tener en la demanda de viajes desde el Reino Unido*

ción después de los booms registrados en 2016, 2017 y 2018”. Admite que habrá un “proceso de desaceleración” en la actividad turística con una “regularización a cifras previas a 2016, que no quiere decir que fueran malas”.

El director general de Negocio de **Palladium Hotel Group, Abel Matutes Prats**, se muestra sobre todo preocupado por la incertidumbre en torno al Brexit, al que define como “una espada de Damocles”. Pero para el grupo ibicenco este 2019 “pinta muy bien”, pues van a incorporar los dos primeros hoteles de su nueva marca de lujo Bless, en Madrid e Ibiza. Más preocupado se muestra el presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Benidorm y la Costa Blanca (**HOSBEC**), **Antonio Mayor**, que durante su paso por Fitur 2019 advirtió de que los turoperadores extranjeros han notado “un ‘impasse’ en las reservas para el verano”, sobre todo debido al Brexit. Además, Antonio Mayor está convencido de que va a continuar la recuperación de los destinos competidores del Mediterráneo y que



eso supondrá una menor llegada de turistas extranjeros a España. Y será difícil que este declive pueda ser compensado por el viajero español, advierte. “La demanda nacional es una vaca que da la leche que da y eso no alcanza para todos”, señala.

Por su parte, la **Agrupación de Cadenas Hoteleras** (ACH), ha expuesto la preocupación del sector por el cambio de ciclo económico, motivado por múltiples circunstancias, que ya está generando incertidumbre y empieza a reflejarse en el estado de las reservas en comparación con ejercicios anteriores.

#### Previsiones económicas

Pero la ralentización en la actividad hotelera no es solo una impresión por parte de los empresarios, sino que está reflejada en las últimas encuestas y estadísticas.

En este sentido, el Observatorio de la Industria Hotelera Española que elaboran **CEHAT** y **PwC**, realizado a partir de encuestas a 54 asociaciones hoteleras, constata “una ligera tendencia al empeoramiento” en este comienzo de 2019. En este sentido, el 62% de los hoteleros encuestados prevé que la situación económica va a empeorar y solo el 3,8% cree que mejorará.

Según los datos del INE, la ocupación hotelera en 2018 se redujo un 0,1%, después de cinco años de crecimiento consecutivo en las pernoctaciones. Mayor ha sido el descenso en los apartamentos turísticos, que registraron un 6% menos de noches de alojamiento el año pasado.

Los Indicadores de Actividad del Sector Servicios, elaborados por el INE, también han experimentado un parón en seco de la cifra de negocio de los servicios de alojamiento. El último dato difundido, el de noviembre, registró un estancamiento total de los ingresos de los hoteles con respecto al año anterior.

En opinión de **Gabriel Escarrer**, vi-

## Expectación por los cambios que vienen desde Alemania

### El sector turístico español sigue muy de cerca lo que sucede en el Reino Unido debido al Brexit, pero en el mercado emisor alemán también hay runrún en 2019

*El ritmo de ventas en las agencias de viajes alemanas se ha ido desacelerando, desde una subida del 6,4% en 2017 a un aumento de solo el 2,5% en 2018, según ta-ts. Por otra parte, las cifras que maneja GfK en Alemania apuntan a que enero ha sido nefasto para las agencias, y no sólo para las presenciales, donde bajaron las ventas un 9% de cara al verano 2019, sino también para las OTA, para las que cayeron un 1%. Falta ahora saber si el consumidor alemán tenderá este año a la reserva tardía o bien optará por prescindir de su tradicional viaje de más de una semana en un destino de sol y playa para disfrutar de unas staycations o una escapada a un país cercano como Austria o Italia.*

cepresidente ejecutivo y consejero delegado de **Meliá Hotels International**, este año el sector hotelero en general, y en concreto su cadena, tendrán “menos visibilidad” por la incertidumbre mundial. No obstante, destaca el buen comportamiento de destinos como Cuba y República Dominicana, mientras que Cancún y la Riviera Maya sufrirán más incertidumbres generadas por la falta de seguridad y el sargazo. “En líneas generales, 2019 va a ser un año un poco por encima del anterior”, dice.

#### Generar valor

Ante el cambio de ciclo, Gabriel Escarrer recomienda a todos los actores turísticos “adaptarse para generar valor añadido”, tanto los agentes de viajes, reforzando su papel de “asesores dentro de un mercado de especialización, sobre todo en el segmento premium”, como los propios hoteleros, para “desvincularnos de ser un *commodity*”.

Y es que, según ha explicado, “no vendemos únicamente una cama

porque si lo hiciéramos agentes como Airbnb probablemente lo puedan hacer mejor al no tener ninguna regulación y poder ser más competitivos en precio. Nuestro modelo pasa por vender experiencias y es necesario que nos adaptemos”.

Esa adaptación pasa irremediablemente por un proceso de digitalización que involucra a todos los departamentos de la empresa y en el que en los últimos tres años su compañía ha invertido 130 millones de euros. Si empezó por ventas, ahora se centra en mejorar la experiencia del cliente y el *backoffice*, con el fin de automatizar todos los trámites administrativos que no aportan valor para liberar de ellos a su personal y que pueda centrarse en prestar un servicio personalizado al cliente. De hecho ese proceso, junto con la expansión de la cadena hotelera en Asia, trasladando allí su modelo vacacional de éxito, son las dos prioridades de su CEO.

Y dentro de ese proceso, el hotelero encuentra en la tecnología una alia-



1 Marzo, 2019

da indiscutible para “aportar valor a la experiencia del cliente”. Prueba de ello es la implantación paulatina en sus habitaciones de los asistentes virtuales tipo Alexa. De hecho, están trabajando para que los nombres de sus hoteles sean más fáciles de pronunciar en cualquier idioma y adaptarse así a los comandos de voz.

### Mejorar la experiencia

Pero, como ha admitido Escarrer, “hay muchos otros ámbitos en los que se puede mejorar la experiencia del cliente con la tecnología, antes, durante y después de su estancia, y en eso estamos trabajando”.

Así, por ejemplo, “el **blockchain** sustituirá a la figura del intermediario en procesos transaccionales de poco valor añadido; o el reconocimiento de voz y facial permitirá en menos de cinco años viajar sin pasaporte, dado que las autoridades de inmigración de Estados Unidos ya están trabajando en ello”. Estas aplicaciones, según ha subrayado el directivo, “deberíamos adaptarlas a todos los subsectores turísticos. En el caso concreto del hotelero, en los procesos de **check-in** y **check-out**, donde ya no será necesario escanear el DNI para mandárselo a la Policía”.

Pero, recuerda, “no será sólo Meliá, sino en todo el sector. A medida que lo vayan implantando los aeropuertos se facilitará la movilidad en todos los sentidos. Ya lo vemos con **Uber** y **Cabify**, pero también de alguna forma tiene que verse plasmado en el transporte aéreo. En un mundo donde se pretende poner barreras lo que hay que hacer es poner los mecanismos para que fluya la gente con tranquilidad, evitando las fricciones pero garantizando al mismo tiempo la seguridad. Y eso tiene mucho que ver con la biometría”.

Además de con la tecnología, Meliá también afronta el cambio de ciclo con una apuesta muy clara por el producto y la calidad. Con una re-



Debate sobre los efectos del Brexit en el sector turístico español, organizado por Turespaña en Fitur 2019.

compensa evidente: la inversión de más de 400 millones de euros en los últimos tres años en reposicionamiento se ha traducido en subidas de tarifas de entre un 27% y un 100%, según los casos.

Su expansión también se basa en fórmulas de **asset light**, dando prioridad a modelos de gestión con un reducido compromiso patrimonial. De hecho la parte gestora, que contribuye actualmente con un 32% al Ebitda, se prevé que alcance el 51% en los próximos cinco o seis años.

Por su parte **Ramón Aragonés**, consejero delegado de **NH Hotel Group**, también considera que “la tendencia positiva de 2018 se mantendrá en 2019”, lo que se verá potenciado por las sinergias con **Minor International**. También apuesta por un modelo “asset light” de expansión para seguir reduciendo deuda.

### Tecnología y datos

Las oportunidades que ofrece la tecnología también están en el punto de mira del grupo **Hotusa**. Su directora de marketing, **Marina López**, recuerda que nos encontramos en

una cuarta revolución industrial que “nos va a obligar a pensar en transversal”, con una necesaria mayor colaboración entre sectores, y donde se imponen los ecosistemas de innovación abierta en los que participan sector público y privado en todas sus formas.

Pero si hay un protagonista indiscutible en toda la tecnología que viene éste es sin duda el dato. Según apunta **Alex Luzárraga**, responsable de Travel Audience & Destinations de **Amadeus**, esta revolución permitirá “personalizar la oferta y atraer al visitante que interesa al destino y cuando le interesa”.

El dato, según ha apuntado **José Carlos Díaz**, director general de Transformación en **Globalia**, “es vital para reconocer al cliente y darle un servicio que les diferencie incluso con pequeñas cosas”.

Y en opinión de **Javier Serrano**, responsable de STR para España y Portugal, “debemos formar parte de la revolución del dato, de manera que cada vez haya más gente que pueda contar historias a partir de los datos y tomar decisiones. No es una trans-



## TUI y Thomas Cook, ante una nueva fase

**En los dos grandes grupos de la turoperación europea también se evidencia un cambio, dado que ambas compañías han tenido que revisar a la baja su previsión de beneficios**

*La fuerte demanda generada hacia España hizo subir los precios y presionó los márgenes de beneficio de los turoperadores, que no han podido compensar esta situación por el reciente repunte de otros destinos como Turquía. Ambos han presentado un aumento de pérdidas en los meses finales de 2018 y sufrido varios 'profit warnings', por haberse visto obligados a revisar su previsión de beneficios. Y en los dos casos sus grandes directivos han tenido que hacer un gesto de confianza en sus respectivas compañías comprando un paquete significativo de acciones tras estos anuncios nada positivos. El último Friedrich Jousen, el CEO de TUI, que ha comprado en febrero acciones por un millón de euros.*

formación sino una revolución en el objetivo de mejorar las expectativas del cliente”.

### Más competencia

Desde el punto de vista de los operadores turísticos, 2019 se presenta como un año de cambios y readaptación. Según explica **Jorge Traver**, representante para España de **ETOA** (European Tourism Association, entidad con más de 1.000 miembros, de los cuáles 300 son turoperadores), “es evidente la recuperación de destinos como Turquía, Túnez y Egipto, que han estado haciendo un buen trabajo, y nosotros vamos a tener que lidiar con el hecho de que va a bajar la afluencia de viajeros”. Pero además, la competencia también puede venir de los destinos de largo radio. En este sentido, cada vez más familias, especialmente desde el Reino Unido, “pierden el miedo a viajar con niños, te los encuentras en cualquier vuelo. Y con Airbnb y otras plataforma es muy fácil. Porque muchas veces lo que



*El cambio de ciclo no viene solo por un enfriamiento de la economía: la competencia aumenta a nivel global y hay nuevas formas de viajar*

frenaba las familias era el precio de los hoteles con los paquetes combinados. Esto es otro factor del cambio”.

También se observan cambios en el mercado emisor alemán. Según explica el consejero de Turismo de la OET de Berlín, **Arturo Ortiz Arduán**, el reposicionamiento de España pasa por buscar la clara diferenciación respecto de los destinos del Mediterráneo oriental y del norte de África

ca. Ortiz considera que 2019 estará marcado “no solo por el crecimiento en esos destinos sino por los propios ajustes estructurales del sector turístico alemán, particularmente el aéreo, y por los cambios que muy lentamente se van produciendo en la demanda alemana”. En este sentido, añade, “debemos esperar que en 2019 continuará ese ajuste de manera más acusada, tanto de las reservas a España como del propio sector turístico alemán, donde la turoperación y su sector aéreo asociado se ven tensados por la competencia y la sobreoferta, que bajan los precios pero reducen también los márgenes. Se podría estar volviendo en contra de los turoperadores alemanes su insistencia en ofrecer precios demasiado bajos a la demanda, atrayendo un público hasta ahora menos proclive a viajar y por tanto aumentando la intensidad viajera de aquellos alemanes cuya motivación está condicionada a precio”.

### Previsiones económicas

El cambio de ciclo que llega al turismo también ha sido advertido a lo largo de los últimos meses por varias instituciones económicas. Por ejemplo, la Fundación de las Cajas de Ahorro (**Funcas**) ya avisó que Canarias, Baleares, la Comunidad Valenciana y Cataluña serán la que presenten un menor crecimiento económico en 2019 debido al freno en la llegada de turistas.

Asimismo, según **Exceltur**, la actividad turística en España mantendrá en 2019 la tendencia de ralentización iniciada un año antes, en un escenario de desaceleración de la economía internacional y española, muy condicionado todavía por la recuperación de los destinos competidores del Mediterráneo Oriental.

A pesar de ello y de acuerdo con la encuesta de confianza empresarial que Exceltur realiza, en general se aprecia un tono positivo en las pre-



1 Marzo, 2019

visiones de los empresarios del sector. Confían en unos buenos niveles de demanda turística hacia España como consecuencia de la mayor conectividad aérea en larga distancia, de los resultados de las inversiones en mejora de producto y de la capacidad para atraer perfiles de viajeros de mayor capacidad de gasto. Los resultados de dicha encuesta evidencian que un 81,7% de los empresarios espera un nuevo incremento en sus ventas, que para un 80,9% de ellos supondrá una mejora de sus resultados, gracias a la recuperación prevista de los precios en el 82,8% de las compañías.

En cuanto al mercado de trabajo, los más de 2.000 empresarios encuestados por Exceltur consideran que la creación de empleo mantendrá una senda más moderada este año. Un reciente estudio de la consultora de

“  
*Ante el cambio de tendencia, varios destinos intensifican la promoción en mercados emergentes y buscan segmentos que ofrezcan mayor rentabilidad*

recursos humanos **Randstat** prevé también una ralentización del sector en este ámbito tras la fuerte subida de 2018, cuando se superaron los 2,6 millones de empleados vinculados al turismo. De acuerdo con el informe de Randstat, el sector de la hostele-

ría es uno de los más cautos sobre las perspectivas de empleo.

### Nuevos mercados

En este contexto, los destinos toman medidas para afrontar la nueva etapa que se inicia, que en muchos casos pasa por la búsqueda de nuevos mercados y la diversificación de producto.

De hecho, una de las principales estrategias de la Comunidad Valenciana este año se centrará en reforzar su presencia en ferias. El secretario autonómico de Turismo, **Francesc Colomer**, ha indicado que tienen previsto asistir a 44 ferias y certámenes turísticos, 20 de ámbito nacional y 24 internacionales. Dentro de ellos, tendrán especial relevancia las muestras especializadas, como las dedicadas al MICE o a la conectividad aérea, con “el objetivo es



1 Marzo, 2019

conseguir la desestacionalización e incrementar la rentabilidad de la actividad turística, y para ello debemos apostar por impulsar productos que contribuyan a conseguir nuestros objetivos”, añade Colomer.

Además, considera que “es importante consolidar mercados convencionales pero también abrir nuevos mercados emergentes”. Por esta razón, además de reforzar su presencia en los emisores consolidados, este año la Generalitat participará en la ITB China Shanghai y en las Jornadas Directas de Turismo de China que organiza **Turespaña** y que se celebrarán en Cantón, Shanghai y Pekín en abril.

Colomer destaca que se reforzará la presencia de esta región en mercados consolidados y prioritarios como Reino Unido, Francia o Alemania, pero al mismo tiempo “hemos previsto la participación en certámenes y ferias turísticas de mercados con buena proyección para la comunidad como Holanda, Noruega, Finlandia, Suecia, Bélgica, Italia, o Rusia, además de impulsar nuestra presencia en China”.

Respecto a la incidencia del Brexit, Colomer considera que esta región no se va a resentir este año, ya que las previsiones de reservas son buenas. Además, señala que a pesar del reclamo que supone Turquía, el turismo valenciano no debe competir en precio con ese destino.

La Costa Dorada, por su parte, centrará sus esfuerzos en atraer al turismo familiar nacional, al que destinará el 30% de los 900.000 euros que tiene presupuestados en promoción para este año, según señala la Federación Empresarial de Hostelería y



*El mercado emisor español también se ve como una tabla de salvación ante la previsible caída de viajeros extranjeros, pero tiene sus limitaciones*

Turismo (**FEHT**). El mercado español lidera el gasto en promoción, seguido de Francia, con un 20% del presupuesto, que se completa con acciones destinadas al público alemán, irlandés, holandés, belga y ruso.

Otro ejemplo de adaptación al nuevo ciclo turístico lo encontramos en Tenerife. “En 2019 seguiremos apostando por la promoción en mercados maduros con altos niveles de ingresos con el objetivo de atraer clientes de alto poder adquisitivo, y también lanzaremos campañas geo-segmentadas para captar nuevos turistas” según explica **Alberto Bernabé**, consejero de Turismo del Cabildo insular. Bernabé detalla que llevan bastante tiempo promocionando la oferta de lujo de la isla, tanto a través de la marca Tenerife Select como de acciones en diferentes mercados. “Se trata de seguir creciendo en el número de viajeros de alto nivel que recibimos, que exigen unos servicios de mayor exclusividad y que, por ende, generan más ingresos al destino”, añade. Reconoce, asimismo, que “este año estaremos muy pendientes del Brexit y, como llevamos haciendo desde hace tiempo como parte de nuestra estrategia turística, también desarrollaremos acciones en otros mercados emergentes, como pueden ser Hungría, Polonia o República Checa”. Por su parte, el presidente de la Diputación de Málaga y de Turismo Costa del Sol, **Francisco Salado**, ha señalado que, en un escenario en el que la economía de los principales países europeos “se está estancando, lo que influirá en su capacidad de viaje”, este destino se centrará en la búsqueda de un turista con mayor capacidad de gasto, al tiempo que aumentará la promoción en el mercado nacional.

Para atraer a más turistas españoles, la Costa del Sol invertirá un millón de euros y realizará más de 60 acciones. En el ámbito internacional, se efectuarán 140 acciones específicas



Una vista de la Feria Internacional de Turismo 2019, donde los destinos emergentes presentaron sus novedades de cara a este año. Imagen: Fitur



1 Marzo, 2019

con las que la Costa del Sol estará presente en 20 países, que incluyen China, Canadá y otros de Europa y Latinoamérica, con un “mimo especial”, indica Salado, a Reino Unido y Alemania, los principales emisores de viajeros extranjeros. También se ha creado un departamento de Conectividad Aérea con el fin de mejorar oferta de vuelos con mercados emergentes.

### Industria aérea

Precisamente la industria aérea, después de alcanzar picos de tráfico, ingresos y beneficios en 2016, comienza a vivir un cambio de ciclo,

no al Brexit.

Así, la agencia de calificación crediticia **Scope Ratings** mantiene en 2019 su perspectiva negativa para el sector de las aerolíneas europeas, en particular de las más pequeñas. También generan preocupación entre las aerolíneas europeas los beneficios fiscales que la Administración Trump concederá a sus rivales estadounidenses, lo que hará aumentar la competencia en el mercado transoceánico.

Cabe recordar que en los últimos años las aerolíneas europeas han incrementado su capacidad en respuesta a una fuerte demanda deriva-

los grandes grupos aéreos europeos pueden hacer frente a la turbulencia que se avecina, beneficiándose de su economía de escala y diversificación, en términos de marcas, bases y rutas. Las aerolíneas intentarán trasladar los costes más altos –combustible, personal, tasas aeroportuarias– lo que incidirá en unas tarifas más altas, contribuyendo a la desaceleración que ya está viviendo el tráfico de pasajeros. Cabe recordar que los volúmenes de pasajeros europeos representan actualmente alrededor de una cuarta parte del total mundial.

El impacto en las aerolíneas más pequeñas y la mayor consolidación parecen inevitables, el último ejemplo es la aerolínea regional **Flybe** con sede en el Reino Unido que se ha puesto a la venta y las recientes quiebras de **Germania** y la regional **Flybmi**, que se añaden a los ceses de actividad en 2018 de **Primera Air**, **VLM**, **Small Planet Airlines**, **Azur Airlines**, **SkyWork** y **Cobalt**.

Por su parte, las grandes aerolíneas están haciendo nuevos ajustes en sus estructuras organizativas, algunas haciéndose multi-marca (**Ryanair**) y otras, deshaciéndose de las que no han funcionado o identificándolas con la marca paraguas como **Air France KLM** con **Joon** y **Hop!**.

Paralelamente, la industria aérea vive una ola de digitalización con el objetivo de ganar eficiencia. Ya hay una amplia implantación de auto-servicio en los aeropuertos y nuevas tecnologías como la biométrica, chatbots y robots, internet de las cosas, inteligencia artificial, realidad aumentada, big data y nuevos sistemas de pago.

Los grandes grupos como **Lufthansa**, **Air France KLM** e **IAG** vienen realizando inversiones multimillonarias en desarrollo tecnológico en todas sus áreas y tecnología móvil. **Iberia** se propone para 2020 ser completamente digital.



Los riesgos y oportunidades de 2019 fueron analizados por los municipios turísticos en uno de los debates organizados en Fitur.

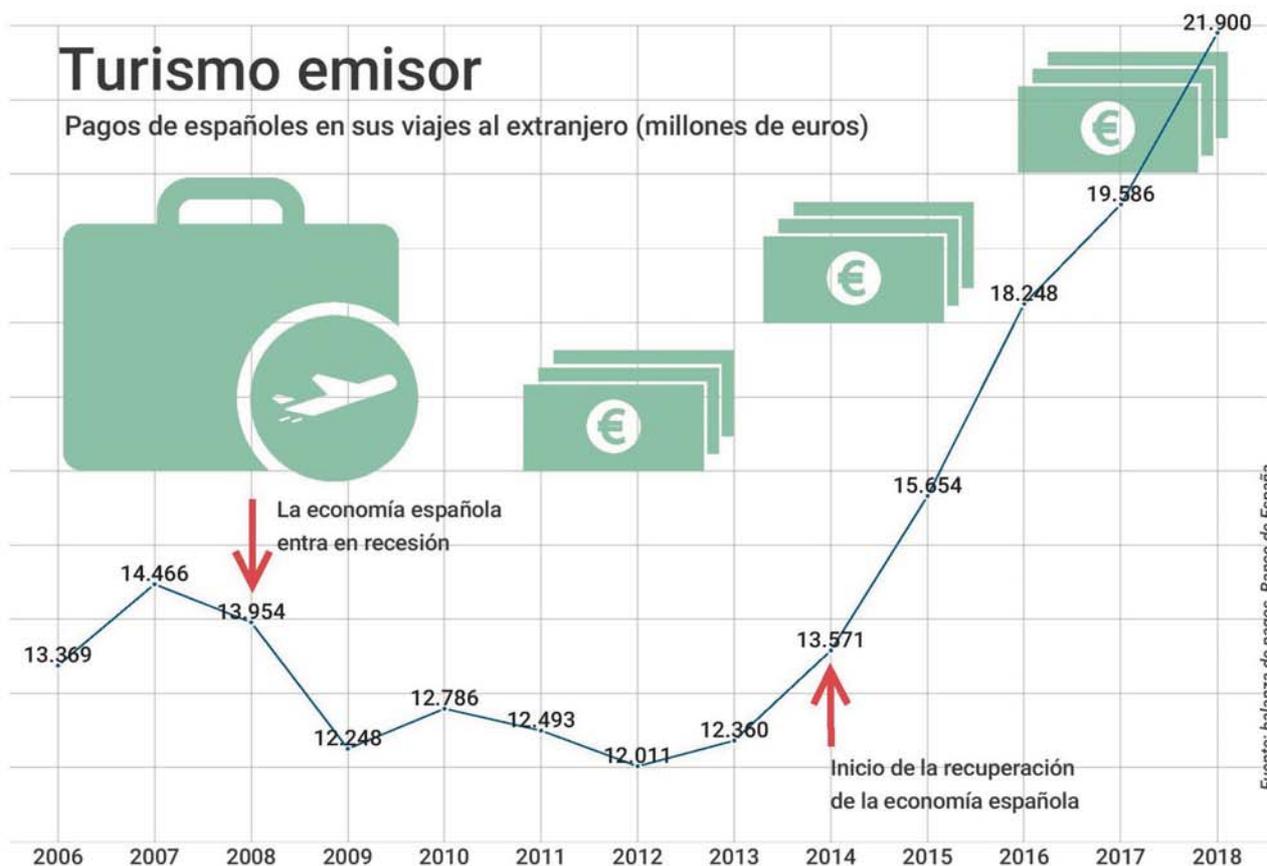
que inició muy lentamente en 2017 y se hizo más evidente en 2018, por la confluencia de factores como el alza del precio del combustible y mayores gastos de personal que han elevado sus costes operativos, en un entorno de feroz competencia, bajas tarifas y sobreoferta. A ello se suma el incremento de las tasas de interés y la ralentización de la economía –especialmente en la zona euro–, coincidentes con la incertidumbre en tor-

da de la sólida recuperación económica en Europa y el resto del mundo. Los factores de ocupación de las aerolíneas aumentaron y los márgenes se dispararon. Sin embargo, como es típico en el sector de las aerolíneas, cuando el ciclo económico gira, disponen de demasiada capacidad, con aviones nuevos en servicio o pedidos, cuya financiación comienza a ser inviable.

Es indudable que, en esta coyuntura,



1 Marzo, 2019



### Turismo emisor español

Por su parte, los profesionales y empresarios del sector de agencias de viajes y turoperadores -salvo contadas excepciones- aseguran que, lejos de sentir una desaceleración de la actividad que anuncie un cambio de ciclo, sus ventas siguieron creciendo en 2018 y prevén que mantengan el ritmo en este año.

En cuanto a más largo plazo, con 2020 en el horizonte, la pasada crisis ha dotado al sector de agencias de una mayor agilidad que le permite maniobrar en menor tiempo y poder esperar más antes de tomar decisiones.

“Estamos preparados ante un posible cambio de ciclo. Lo prevemos, si bien todavía no estamos notando una menor demanda. Hay que tener en cuenta que la economía se basa por moverse con una tendencia cíclica. Después de una crisis llega la

recuperación, y al cabo de unos años es normal que se produzca una “desaceleración”, asegura **Javier Castillo**, director general de **Soltour**.

Y es que las cifras cantan. Si bien algunos sectores de la economía nacional ya están apreciando una desaceleración, lo cierto es que en de la intermediación turística los crecimientos se mantienen desde 2104. En 2018 la cifra de negocio de las agencias, según las estadísticas del INE, creció por encima del 4%, más incluso que el 2,7% de 2017. Y de cara a este 2019, la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (**ACAVE**) aventura un notable aumento del 10% en las ventas, según una encuesta realizada entre sus 500 agencias asociadas.

La misma línea apuntan las cifras más fiables con las que cuenta el sector de agencias, la producción del BSP de IATA, según la cual en 2018,

no sólo se mantuvo el crecimiento (el 2,8% en 2017), sino que se duplicó con un 5%.

Otro dato llamativo es el dinero que los españoles gastan en sus viajes al extranjero. Según la balanza de pagos del **Banco de España**, esa cifra ha crecido desde los 12.000 millones de euros del año 2012 -en período de crisis económica-, hasta los cerca de 21.900 millones de euros en 2018.

No obstante, y ante la reiteración de los mensajes de cautela ante un cambio de ciclo que, según los gurús no supondrá una nueva crisis, sino una desaceleración, son muchos los agentes de viajes que aseguran que “ya tenemos hechos los deberes”. En este sentido, el presidente de **ACAVE** y director general del **Juliá Tours**, **Martí Sarrate**, asegura que las agencias “que resistimos la crisis salimos vacunadas ante la recesión. Estamos preparadas ante un posible



1 Marzo, 2019

cambio de ciclo. Tenemos aprendida la lección. Esa lección es el control de costes, la especialización y la apuesta por la tecnología". Y añade: "De hecho, manteniendo el mismo número de empresas, estamos creando más empleo, hasta superar los niveles de antes de la crisis".

En este sentido, es significativo el caso de este sector que sufrió el cierre de un tercio de su parque de agencias -cerraron 5.000 de las 13.000 que había antes de la crisis-, y que actualmente, con un total de apenas 9.000 agencias ha superado el número de trabajadores que había en 2008, más de 62.000 profesionales.

Esa reestructuración traumática que sufrió el sector durante la crisis, impuso unas estrategias de gestión más ágiles y cautas de cara a futuros vaivenes. Ya de por sí, ese aumento de empleo está basado en una mayor precariedad y en el aumento de los trabajadores autónomos, que ya suponen una cuarta parte del sector. Por otro lado, además del control de costes y especialización, apuntados por el presidente de ACAVE, el director general de Soltour apunta: "Ante un posible cambio de ciclo nuestra estrategia está afianzada en la diversificación gracias a nuestra sólida presencia en los mercados español y portugués. También contamos con unas estructuras ágiles que nos permiten reaccionar con rapidez ante las fluctuaciones de la demanda. Y, por otro lado, nuestra cuota de mercado nos permite crecer al diversificar.

Por el contrario, **Eduardo García**, director de **Sanander Viajes** y presidente de la Asociación de Agencias de Viajes y Operadores de Turismo de Cantabria (**AAVOT**), se muestra más cauto y ya ha puesto en marcha estrategias "por si acaso".

García indica que todavía "no hay datos que indiquen, no una recesión sino una desaceleración, pero es



Los turoperadores y agencias de viajes prevén seguir creciendo durante 2019 en el mercado emisor español. En la foto, una imagen de Fitur.

//

### *Las agencias de viajes sostienen que ahora son más eficientes y "ya tienen hechos los deberes" ante una posible desaceleración de la economía*

verdad que en la planificación para los próximos tres años estamos teniendo en cuenta esa posibilidad. Por ejemplo, en nuestra agencia se van a jubilar tres personas y la previsión es contratar, de momento, a una y esperar a ver cómo se desarrolla la actividad antes de cubrir las otras dos vacantes".

Y coincide con Sarrate: "De cara a ese posible cambio de ciclo, creo que las agencias hemos aprendido la lección de la crisis, y estamos preparados. Hemos adoptado estructuras

más ágiles". No obstante, ya se han puesto manos a la obra y, en cuanto a las estrategias a adoptar, "estamos conteniendo las inversiones y sometiéndolas a un doble estudio; estamos reduciendo la deuda y créditos; y estamos dotando a la empresa de más músculo financiero a base de reinvertir en lugar de repartir los beneficios", apunta García.

También el último informe del Observatorio Nacional del Turismo Emisor (**ObservaTUR**) apunta a una posible ralentización. Según este estudio, las expectativas de negocio de las agencias de viajes para el primer semestre de este 2019 mantienen una tónica de cierta estabilidad, pero sus principales variables pierden intensidad respecto al segundo semestre del año 2018, en donde reinaba una atmósfera de mayor optimismo.

En suma, las incertidumbres económicas y políticas son los dos grandes riesgos que se perciben por parte de las empresas turísticas en este nuevo ciclo, que seguramente será más volátil y exigirá estar en guardia. Muchos ya lo están. ■

## Un 45% de las agencias teme una caída de las visitas británicas a España por el Brexit

*Un 25% de las minoristas ha notado un ligero descenso en las reservas, según una encuesta de Acave*

Casi la mitad de las agencias, concretamente un 45%, temen una leve caída de las visitas británicas a España y otros países europeos por el Brexit, mientras que el 55 % restante cree que no perjudicará a los destinos españoles, según la Asociación Corporativa de Agencias de Viaje Especializadas (ACAVE).

Más del 75 % de los encuestados explica que, a día de hoy, el volumen de reservas de británicos para la nueva temporada en España se sitúa en niveles similares o por encima que las mismas fechas del año 2018.

El 25 % de las agencias encuestadas ha notado un "ligero descenso" en el número de reservas, aunque en ningún caso supera el 5 %.

La asociación presentó estos

datos en una jornada técnica que se celebró en Barcelona para analizar los efectos del Brexit en el turismo.

En el evento se han comentado algunas de las principales magnitudes del sector MICE en España (datos del Spain Convention Bureau-ejercicio 2017): España es el cuarto mercado internacional en el sector de la organización de eventos.

En el 2017, se organizaron en España un total de 25.000 eventos, con cuatro millones de participantes y una facturación aproximada de 6.000 millones de euros.

El 73% de los eventos que se organizaron fueron de clientes españoles, principalmente de Cataluña y la Comunidad de Madrid. En el ámbito internacional, los



*Gay de Liébana durante su intervención en la jornada técnica de Acave.*

mercados emisores de MICE más importantes para España son Reino Unido, Portugal, Francia, Italia y Alemania.

Durante el evento también se habló del turismo receptivo. En este sentido, el economista José María Gay de Liébana planteó

algunas de las consecuencias que podrían derivarse de un Brexit duro, como una contracción de la economía británica, una devaluación de la libra frente al euro, barreras a la libre circulación de personas u obstáculos a las compañías aéreas británicas.

# Webs

MAHALA

Comunicación  
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova,  
9 – 4<sup>o</sup>1<sup>a</sup>  
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C  
28005 Madrid  
[www.mahala.es](http://www.mahala.es)

Partners en:  
París, Milán, Berlín,  
Londres, Los Angeles



Una vez más y representados por la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), los agentes de viajes han vuelto a hacer demostración de su fortaleza y peso en el sector turístico y más concretamente dentro del ámbito hotelero.

En esta ocasión, un total de 90 agencias de viajes se reunieron de la mano de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), con motivo de las presentaciones de Hoteles Sandos que tuvieron lugar recientemente en las ciudades de Girona, Tarragona y Sabadell, interesadas en conocer la cadena española de hoteles en México y España.

El conocimiento minucioso de cada establecimiento ofrece un valor añadido al agente de viajes. En esta ocasión con la cadena española de hoteles y resorts Sandos.

Entre el 60 y 70% de las reservas hoteleras se realizan a través de agencias, según afirma el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego, quien apunta a un cambio de tendencia en las contrataciones la hora de viajar. Además, estos negocios gestionaron la llegada del 53% de turistas internacionales a España a lo largo de 2018, destaca Gallego.

Entre los motivos por lo que los usuarios prefieren hacer sus reservas de hotel a través de agencias de viajes destacan, una mejor planificación del viaje, la seguridad de ajustarse al presupuesto fijado sin el riesgo de sobrepasarlo y la tranquilidad de tener todos los flecos bien atados.

“A pesar de que la reserva y venta de estancias en hoteles a través de los agentes de viajes tienen una fuerte competencia en la prestación de servicios que ofrecen las páginas web especializadas en reservas de establecimientos, durante estas sesiones de trabajo se ha puesto de manifiesto la importancia de la especialización y el conocimiento que tienen los profesionales de las agencias de viajes sobre las características de un determinado hotel y resort y el valor añadido de dar una atención personalizada al cliente, informándole de todos los detalles que de otra forma no podría conocer”, concluye el presidente de CEAV.

## Canarias encabeza las reservas de los españoles que se quedan en el país esta Semana Santa



Publicado 20/03/2019 12:58:34 [CET](#)

EUROPA PRESS

### **Las agencias de viajes de Acave prevén un aumento de reservas del 10% para Semana Santa**

BARCELONA/LAS PALMAS DE GRAN CANARIA, 20 Mar. (EUROPA PRESS) -

Las islas Canarias encabezan las reservas de los españoles que han optado por quedarse dentro de las fronteras del país esta Semana Santa, situando sus costas como el sitio favorito para estar en esos días de descanso.

Así lo ha explicado en rueda de prensa este miércoles el presidente de las agencias de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), Martí Sarrate, quien resaltó que el 70 por ciento de los nacionales que optan por quedarse en España han reservado destinos de costa.

Por detrás de Canarias se sitúan otros destinos de mar como Cataluña, Andalucía y Baleares, según ha precisado ACAVe, que prevé un aumento de las reservas del 10 por ciento para Semana Santa respecto al mismo periodo del año pasado, en la línea de la previsión anual.

Sarrate --en la rueda de prensa junto a la gerente de la agencia, Catiana Tur, y el delegado de Zona Este Iberia, Santiago Escuder-- ha asegurado que el crecimiento sostenido del sector de las agencias desde 2014, situado entre el 5 por ciento y el 10 por ciento, hace que éste se ya se encuentre "fuera de peligro".

Ha sostenido que antes de la crisis, el sector estaba muy atomizado y saturado, y que el cierre de la mitad de los puntos de venta y de un millar de agencias ha derivado en un estado saludable del sector: "Incluso están habiendo nuevas aperturas y se ha potenciado la especialización. Los que han subsistido están vacunados".

## **RESERVAS CON MÁS ANTELACIÓN**

Según la encuesta realizada entre sus más de 500 asociados, la gente a vuelto a planificar y reservar los viajes con entre dos y tres meses de antelación, aunque aún quedan "muchas plazas disponibles" que esperan cubrir hasta dos semanas antes del inicio de las vacaciones.

Entre los españoles que han elegido destinos nacionales, más de un 70% han reservado destinos de costa como Canarias, que ha vuelto a situarse en primer lugar, seguida de las costas de Cataluña, Andalucía y Baleares.

Un 20% se decanta por ofertas de turismo cultural y se centra en Madrid y Barcelona, mientras que el 10% restante prefiere pasar las vacaciones de Pascua haciendo turismo rural y de montaña.

## **DIVERSIFICACIÓN**

A nivel internacional, según las agencias emisoras, más de un 55% de las reservas de los españoles que viajarán al extranjero irán a capitales europeas como París, Londres, Roma, Berlín, Viena y Praga, mientras que el 30% irá a Asia, en países como Vietnam, Sri Lanka y Tailandia, y el 15% restante optará por destinos africanos y de Oriente Medio.

Las agencias receptoras han estimado que entre un 70% y un 80% de sus reservas corresponderán a clientes nacionales, mientras que el resto serán de turistas internacionales, procedentes en su mayoría de Francia, Benelux, Reino Unido, Alemania, Italia e Irlanda, por este orden.

Ha señalado que ha habido un trasvase del turismo de esquí hacia otros destinos debido al buen tiempo y al hecho de que este año la Semana Santa caiga en la segunda mitad del mes de abril.

## **COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA**

Sarrate ha insistido en la necesidad de que haya una buena colaboración público-privada para que la industria turística siga creciendo y de sensibilizar a los residentes de los beneficios del turismo: "El turismo es importante para un país como el nuestro, por lo que representa en el PIB, por los puestos de trabajo y la economía".

En este sentido, y preguntado sobre las declaraciones de la concejal del distrito barcelonés de Ciutat Vella, Gala Pin, en que calificaba el turismo de cruceros como "plaga de langostas", Sarrate ha defendido que este mercado es también muy importante.

"Si no se valora así, es un poco superficial. El ayuntamiento debe colaborar con todas las iniciativas. Todos los crecimientos son positivos a nivel de puestos de trabajo", ha sostenido, y ha dicho que los cruceristas generan 1.083 millones de euros anuales.

El presidente de la asociación también ha valorado positivamente el perfil de turismo de congresos que ha adoptado Barcelona y ha descartado que a nivel político haya afectaciones: "Estamos vacunados porque después de 2017 y 2018, con un atentado inclusive, al final hemos batido récords".

## Acave prevé un aumento de reservas del 10% para Semana Santa, igual que la tendencia anual



Publicado 20/03/2019 12:58:34 CET

EUROPA PRESS

### **Sarrate asegura el crecimiento sostenido desde 2014 hace que el sector "ya esté fuera de peligro"**

BARCELONA, 20 Mar. (EUROPA PRESS) -

Las agencias de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAve) prevén un aumento de las reservas del 10% para Semana Santa respecto al mismo periodo del año pasado, en la línea de la previsión anual.

Lo ha explicado en rueda de prensa este miércoles en la sede de ACAve en Barcelona el presidente de la asociación, Martí Sarrate, que junto a la gerente de la agencia, Catiána Tur, y el delegado de Zona Este Iberia, Santiago Escuder, ha asegurado que el crecimiento sostenido del sector desde 2014, situado entre el 5% y el 10%, hace que éste se ya se encuentre "fuera de peligro".

Ha sostenido que antes de la crisis, el sector estaba muy atomizado y saturado, y que el cierre de la mitad de los puntos de venta y de un millar de agencias ha derivado en un estado saludable del sector: "Incluso están habiendo nuevas aperturas y se ha potenciado la especialización. Los que han subsistido están vacunados".

### **RESERVAS CON MÁS ANTELACIÓN**

Según la encuesta realizada entre sus más de 500 asociados, la gente a vuelto a planificar y reservar los viajes con entre dos y tres meses de antelación, aunque aún quedan "muchas plazas disponibles" que esperan cubrir hasta dos semanas antes del inicio de las vacaciones.

Entre los españoles que han elegido destinos nacionales, más de un 70% han reservado destinos de costa como Canarias, que ha vuelto a situarse en primer lugar, seguida de las costas de Cataluña, Andalucía y Baleares.

Un 20% se decanta por ofertas de turismo cultural y se centra en Madrid y Barcelona, mientras que el 10% restante prefiere pasar las vacaciones de Pascua haciendo turismo rural y de montaña.

#### **DIVERSIFICACIÓN**

A nivel internacional, según las agencias emisoras, más de un 55% de las reservas de los españoles que viajarán al extranjero irán a capitales europeas como París, Londres, Roma, Berlín, Viena y Praga, mientras que el 30% irá a Asia, en países como Vietnam, Sri Lanka y Tailandia, y el 15% restante optará por destinos africanos y de Oriente Medio.

Las agencias receptoras han estimado que entre un 70% y un 80% de sus reservas corresponderán a clientes nacionales, mientras que el resto serán de turistas internacionales, procedentes en su mayoría de Francia, Benelux, Reino Unido, Alemania, Italia e Irlanda, por este orden.

Ha señalado que ha habido un trasvase del turismo de esquí hacia otros destinos debido al buen tiempo y al hecho de que este año la Semana Santa caiga en la segunda mitad del mes de abril.

#### **COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA**

Sarrate ha insistido en la necesidad de que haya una buena colaboración público-privada para que la industria turística siga creciendo y de sensibilizar a los residentes de los beneficios del turismo: "El turismo es importante para un país como el nuestro, por lo que representa en el PIB, por los puestos de trabajo y la economía".

En este sentido, y preguntado sobre las declaraciones de la concejal del distrito barcelonés de Ciutat Vella, Gala Pin, en que calificaba el turismo de cruceros como "plaga de langostas", Sarrate ha defendido que este mercado es también muy importante.

"Si no se valora así, es un poco superficial. El ayuntamiento debe colaborar con todas las iniciativas. Todos los crecimientos son positivos a nivel de puestos de trabajo", ha sostenido, y ha dicho que los cruceristas generan 1.083 millones de euros anuales.

El presidente de la asociación también ha valorado positivamente el perfil de turismo de congresos que ha adoptado Barcelona y ha descartado que a nivel político haya afectaciones: "Estamos vacunados porque después de 2017 y 2018, con un atentado inclusive, al final hemos batido récords".

## Acave preveu un augment de reserves del 10% per Setmana Santa, igual que la tendència anual

Europa Press | 20 Mar, 2019 | 12:19

✉ 📄 🌐 🇮🇹



Acave preveu un augment de reserves del 10% per a Setmana Santa, igual que la te EUROPA PRESS

Sarrate assegura que el creixement sostingut des del 2014 fa que el sector "ja estigui fora de perill"

BARCELONA, 20 (EUROPA PRESS)

Les agències de l'Associació Corporativa d'Agències de Viatges Especialitzades (Acave) preveuen un augment de les reserves del 10% per Setmana Santa respecte al mateix període de l'any passat, en la línia de la previsió anual.

Ho ha explicat en roda de premsa aquest dimecres a la seu d'Acave a Barcelona el president de l'associació, Martí Sarrate, que juntament amb la gerent de l'agència, Catiana Tur, i el delegat de Zona Este Iberia, Santiago Escuder, ha assegurat que el creixement sostingut del sector des del 2014, situat entre el 5% i el 10%, fa que aquest es ja es trobi "fora de perill".

Ha sostingut que abans de la crisi, el sector estava molt atomitzat i saturat, i que el tancament de la meitat dels punts de venda i d'un miler d'agències ha derivat en un estat saludable del sector: "Fins i tot hi ha noves obertures i s'ha potenciat l'especialització. Els que han subsistit estan vacunats".

### RESERVES AMB MÉS ANTELACIÓ

Segons l'enquesta feta entre els seus més de 500 associats, la gent ha tornat a planificar i reservar els viatges amb entre dos i tres mesos d'antelació, encara que queden "moltes places disponibles" que esperen cobrir fins a dues setmanes abans de l'inici de les vacances.

Entre els espanyols que han triat destinacions nacionals, més d'un 70% han reservat destinacions de costa com les Canàries, que ha tornat a situar-se en primer lloc, seguida de les costes de Catalunya, Andalusia i les Balears.

Un 20% es decanta per ofertes de turisme cultural i se centra a Madrid i Barcelona, mentre que el 10% restant prefereix passar les vacances de Pasqua fent turisme rural i de muntanya.

### DIVERSIFICACIÓ

A nivell internacional, segons les agències emissores, més d'un 55% de les reserves dels espanyols que viatjaran a l'estranger aniran a capitals europees com París, Londres, Roma, Berlín, Viena i Praga, mentre que el 30% anirà a Àsia, en països com el Vietnam, Sri Lanka i Tailàndia, i el 15% restant optarà per destinacions africanes i d'Orient Mitjà.

Les agències receptives han estimat que entre un 70% i un 80% de les seves reserves correspondran a clients nacionals, mentre que la resta seran de turistes internacionals, procedents en la seva majoria de França, Benelux, el Regne Unit, Alemanya, Itàlia i Irlanda, per aquest ordre.

Ha assenyalat que hi ha hagut un transvasament del turisme d'esquí cap a altres destinacions a causa del bon temps i al fet que aquest any la Setmana Santa caigui en la segona meitat del mes d'abril.

#### COL-LABORACIÓ PÚBLIC-PRIVADA

Sarrate ha insistit en la necessitat que hi hagi una bona col·laboració públic-privada perquè la indústria turística segueixi creixent i de sensibilitzar als residents dels beneficis del turisme: "El turisme és important per a un país com el nostre, per la qual cosa representa en el PIB, pels llocs de feina i l'economia".

En aquest sentit, i preguntat sobre les declaracions de la regidora del districte barceloní de Ciutat Vella, Gala Pin, en què qualificava el turisme de creuers com una "plaga de llagostes", Sarrate ha defensat que aquest mercat és també molt important.

"Si no es valora així, és una mica superficial. L'Ajuntament ha de col·laborar amb totes les iniciatives. Tots els creixements són positius a nivell de llocs de feina", ha sostingut, i ha dit que els creueristes generen 1.083 milions d'euros anuals.

El president de l'associació també ha valorat positivament el perfil de turisme de congressos que ha adoptat Barcelona i ha descartat que a nivell polític hi hagi afectacions: "Estem vacunats perquè després del 2017 i del 2018, amb un atemptat inclusivament, al final hem batut rècords".

TURISME A SETMANA SANTA

## Creix un 10% el nombre de reserves per a aquesta Setmana Santa

- Les Canàries, Catalunya, Andalusia i les Balears són les destinacions estrella, segons una enquesta de la patronal d'agències de viatges Acave



Actualitzada el 20-03-2019 19:26

Les **Canàries, Catalunya, Andalusia i les Balears** són les destinacions estrella per a aquesta Setmana Santa. Les agències de l'**Associació Corporativa d'Agències de Viatges Especialitzades (Acave)** ha avançat les destinacions més populars.

El bon temps farà que el **70% de les reserves siguin a la costa**, que un 20% aposti per l'oferta cultural de les ciutats, sobretot Madrid i Barcelona, i que un 10% prefereix el turisme rural i la muntanya. D'altra banda, el turisme d'esquí s'ha reduït notablement.

Una enquesta feta als 500 socis de l'associació augura el creixement d'un 10% de les reserves per a aquestes vacances respecte a l'any passat. El president d'Acave, Martí Sarrate, ha explicat que la millora de la situació econòmica ha estat clau i que el sector "està fora de perill".

***"L'increment que es preveu aquest any és aproximadament d'un 10%, segons l'enquesta. Aquest creixement està sent sostenible des de la recuperació que vam iniciar el 2014 després dels cinc anys de crisi i de recessió econòmica"***

— Martí Sarrate *president d'Acave*

”

Les destinacions preferides del 55% dels espanyols que han reservat viatges a l'estranger són París, Londres, Roma, Berlín, Viena i Praga. Al continent asiàtic, on es preveuen el 30% dels viatges internacionals, prenen protagonisme països com el Vietnam, Sri Lanka, Tailàndia i el Japó. L'altre 15% ha escollit viatjar a l'Àfrica o l'Orient Mitjà.

Sarrate ha assenyalat que la col·laboració publicoprivada és important per al creixement de la indústria turística i per sensibilitzar els residents sobre els efectes positius del turisme.

***"El turisme és important per a un país com el nostre, pel que representa en el PIB, pels llocs de feina i l'economia"***

— Martí Sarrate *president d'Acave*

”

El president d'Acave també s'ha referit a l'impacte econòmic dels creueristes. Ha remarcat els 1.083 milions d'euros anuals que generen, com a resposta a les declaracions de la regidora del districte de Ciutat Vella, Gala Pin, que va titllar aquest tipus de turisme de "plaga de llagostes".

***"Si no es valora així, és una mica superficial. L'Ajuntament ha de col·laborar en totes les iniciatives. Tots els creixements són positius pel que fa a llocs de feina"***

”

Martí Sarrate ha valorat positivament el turisme de congressos que acull Barcelona. També ha descartat les possibles afectacions negatives que podria haver causat [l'atemptat gihadista a la Rambla de Barcelona](#).

***"Estem vacunats perquè després del 2017 i del 2018, amb un atemptat inclusivament, al final hem batut rècords"***

”

El president de l'associació també ha valorat positivament el perfil de **turisme de congressos** que ha adoptat Barcelona i ha descartat que políticament hi hagi afectacions.

## El president de l'associació d'agències de viatges defensa "l'ingrés importantíssim" dels creuers a Barcelona



Primer pla del president de l'ACAVE, Martí Sarraté, en la presentació d'una enquesta de les previsions de viatges per Setmana Santa, el 20 de març de 2019 (HORIZONTAL)

ACN Barcelona.-El president de l'Associació Corporativa de Viatges Especialitzats (ACAVE), Martí Sarraté, ha defensat aquest dimecres la indústria dels creuers a Barcelona després de les crítiques de la regidora de Ciutat Vella, Gala Pin, que va assegurar que els creueristes són com "una plaga de llagostes". Sarraté ha dit que els turistes "no tenen res a veure" amb cap plaga, i ha destacat que deixen "un ingrés importantíssim" a la ciutat. En aquest sentit, el president de l'ACAVE ha defensat "la tasca excel·lent" que s'ha fet per convertir Barcelona en el primer port europeu de creuers i el tercer del món. Sarraté, a més, ha destacat que els creuers han permès obrir noves rutes a l'aeroport als Estats Units.

"Cal veure l'economia en un context global", ha assegurat Sarraté, defensant que "criticar de manera oberta els creueristes i mesclar-los amb plagues no és correcte". Sarraté diu que ja estan treballant amb l'Ajuntament de Barcelona perquè els residents de la ciutat vegin els turistes com "generadors d'economia" i no com "enemics". Sarraté ha afirmat que els creuers donen feina a 10.000 persones, que generen uns ingressos de 274 milions d'euros. També s'ha referit a la despesa mitjana dels creueristes, que gasten uns 580 euros diaris, i ha afegit que molts coneixen la ciutat durant el viatge amb el vaixell i "repeteixen" més endavant. Pel que fa a la polèmica dels taxis i VTC, Sarraté ha apel·lat a un debat a les meses de diàleg perquè diu que el bloqueig dels carrers "perjudica" als turistes i la imatge de Barcelona. El president d'ACAVE ha afirmat que els taxistes han d'"adaptar-se" a l'evolució dels mercats "com han fet les agències". El president de l'ACAVE ha fet aquestes declaracions en el marc d'un acte de presentació d'una enquesta entre els seus més de 500 associats per anticipar les previsions de viatges per Setmana Santa, i que preveuen un 10% més de reserves, amb la costa i la capital catalanes com a destinacions protagonistes. Segons l'enquesta, les previsions per aquesta Setmana Santa estan marcades per la bona climatologia i el calendari tardà. Entre els espanyols que han escollit destinacions nacionals per aquestes dates, més d'un 70% reserven destinacions de costa. Canàries ha tornat a situar-se com a primer destí, seguida de les costes de Catalunya, Andalusia i Balears. Les ciutats de Madrid i Barcelona segueixen suposant un 20% de les reserves per la seva oferta cultural, gastronòmica i d'oci. Sarraté ha afirmat que el sector turístic ja s'ha recuperat de la crisi i ara "pot mirar pel retrovisor" els últims cinc anys d'experiència per no tornar a cometre "els mateixos errors" per adaptar-se a la demanda dels nous consumidors. El president de l'ACAVE ha afegit que els professionals han sabut "especialitzar-se" i "adaptar-se" per a què les seves empreses siguin sostenibles en el temps.



## La agencias de viajes prevén un incremento de las reservas para Semana Santa

Mar 20, 2019

La **Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAve)** espera un aumento de un **10% en las reservas para Semana Santa**. Es el resultado de un estudio que han realizado los más de **500.000 asociados** de ACAve y que ha presentado esta misma mañana su presidente, Martí Sarrasate. Una de las conclusiones que arroja es que el sector se encuentra "fuera de peligro", después de cinco años experimentando un crecimiento sostenido, de entre un 5 y un 10%.

### Los destinos preferidos de los españoles...

La encuesta analiza los lugares que han elegido los españoles para pasar la Semana Santa y distingue entre aquellos que han elegido un destino nacional y los que se han decantado por un país extranjero. Dentro del primer grupo, **el 70% de las reservas realizadas para pasar la Semana Santa en España se centran en destinos de costa** y destacan, en especial, las islas Canarias, Baleares, el litoral catalán y la costa andaluza como los lugares más demandados. Un porcentaje muy inferior, en torno a un **20% de las reservas**, lo representan aquellos que han decidido que las mejores opciones para pasar estas fechas son **Madrid o Barcelona**, mientras que **el 10% restante lo representan las reservas realizadas por aquellos que han apostado por un destino vinculado al turismo rural y de montaña**.

---

*El 70% de las reservas realizadas para pasar la Semana Santa en España se centran en destinos de costa*

---

En lo que tiene que ver con las reservas realizadas para **destinos internacionales**, más de la mitad de los encuestados (en torno a un 55%) elegirá **capitales europeas** como París, Londres, Roma, Berlín, Viena y Praga, mientras que el 30% han elegido **diferentes países del continente asiático** para pasar las vacaciones.

Al margen del incremento en las reservas y los destinos elegidos por los turistas, otra de las conclusiones de la encuesta elaborada por la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAve) es que se ha consolidado la tendencia de los ciudadanos a reservar con entre dos y tres meses de antelación.

**Fecha:**  
20.03.19

**YAHOO!**  
FINANZAS

## Las agencias de viajes prevén que las reservas de Semana Santa crezcan un 10 por ciento



Viajeros transitan por la terminal 4 del aeropuerto Adolfo Suárez Madrid Barajas. EFE/Archivo

Barcelona, 20 mar (EFE).- Las reservas de viajes para Semana Santa crecerán alrededor de un 10 % respecto al año pasado y se centrarán sobre todo en el litoral, según las previsiones de la Asociación Corporativa de Agencias de Viaje Especializadas (ACAVE), la patronal del sector.

El presidente de la entidad, Martí Sarrate, ha asegurado este miércoles que se afianza así el porcentaje de crecimiento de las contrataciones vacacionales, para las cuales también pronostican una subida del 10 % en el conjunto de 2019.

Hasta el momento, el 70 % de los españoles ha escogido un destino de costa para pasar sus vacaciones de Semana Santa, especialmente Canarias, seguido del litoral catalán, el andaluz y las Islas Baleares.

Una elección que relega a las vacaciones de esquí debido al propio calendario de Semana Santa, que se celebra este año a finales de abril, cuando muchas pistas ya están cerradas.

Por otro lado, el 20 % de las reservas se han realizado para destinos urbanos, con Madrid y Barcelona a la cabeza, mientras que el 10 % restante hará turismo rural y de montaña.

Entre los turistas que viajan fuera de España, el 55 % lo hará a capitales europeas y las más elegidas por ahora han sido París, Londres, Roma, Berlín, Viena y Praga.

No obstante, un 30 % volará a países de Asia como Vietnam, Sri Lanka, Tailandia o Japón, y el 15 % ha escogido destinos de África como Egipto o del Oriente Medio como Jordania o Dubai.

Además, entre el 70 % y el 80 % de las agencias receptoras, trabajará con turistas nacionales, mientras que del 20 a 30 % de viajeros internacionales que contratan estos servicios se decantan por destinos costeros.

De acuerdo con Sarrate, el aumento continuado de las reservas de viajes se debe a la recuperación económica del país y al incremento del empleo, que ha impulsado el poder adquisitivo de las familias después de la crisis.

"Este crecimiento es sostenible desde 2014 y afianza la consistencia del sector, que está asentado, fuera de peligro y deja atrás años de penuria muy duros", ha afirmado Sarrate.

Tras dar a conocer estos datos, el presidente de ACAVE, que engloba a unas 500 agencias nacionales, ha vaticinado que "será un año bueno".

Ha explicado asimismo que se consolida la tendencia "precrisis" de reservar con dos y tres meses de antelación, pese a que todavía existen plazas disponibles para esta Semana Santa.

MAHALA

Comunicación  
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova, 9 – 4<sup>o</sup>1<sup>a</sup>  
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C  
28005 Madrid

Partners en:  
París, Milán, Berlín y Londres

[www.mahala.es](http://www.mahala.es)

Y para que estas proyecciones se afiancen, el presidente de ACAVe ha apostado por potenciar "un turismo de calidad y no de cantidad" y fortalecer las relaciones público-privadas para lanzar "más campañas de sensibilización" ciudadana.

En su opinión, "la gente se tiene que dar cuenta de la importancia del turismo y de que éste no viene a molestar" y sí - ha dicho- a generar riqueza.

Sarrate también ha descartado que la situación política en España, con el juicio del "procés" en marcha, afecte a la llegada de turistas internacionales, ni en Semana Santa ni tampoco en verano.

"Después de 2017 y del atentado de Barcelona estamos vacunados. Había mucho miedo pero al final vemos que la gente no mezcla temas políticos con viajes", ha concluido.

**Los Premios Alimara galardonan 15 proyectos innovadores del sector turístico, hotelero y gastronómico**  
21/03/2019

- Los Premios han valorado la sostenibilidad, la creatividad y el compromiso social de las campañas ganadoras

- El Premio Alimara CAT, entregado conjuntamente con la Dirección General de Política Lingüística de la Generalitat, galardona al Celler Eudald Massana Noya

- Fuera de concurso, los Alimara también distinguen a la revista Hosteltur y los Castellans de Barcelona



La Noche de los Alimara ha acogido, esta noche, la 35ª edición de los Premios Alimara CETT Barcelona, organizados por el Campus Internacional CETT con el apoyo del **Salón del Turismo B-Travel**. Los galardones, consolidados como un referente del sector turístico en el ámbito nacional e internacional, han reconocido, en esta ocasión, quince campañas, acciones y estrategias que por su comunicación, producto, servicio o comercialización han aportado una visión innovadora y sostenible al ámbito turístico, hotelero y gastronómico.

El acto, iniciado por el Sr. **Miquel Alsius**, presidente del Grupo CETT, ha sido conducido por el periodista **Josep Puigbó** e inaugurado por la Hble. **Sra. Àngels Chacón**, consejera de Empresa y Conocimiento de la Generalitat de Cataluña, quien ha destacado que "desde nuestro departamento, entendemos y defendemos el sector turístico como uno de los grandes activos de nuestro país". Chacón ha querido reconocer también la tarea que se hace desde el CETT para ofrecer una formación de calidad a los profesionales del futuro.

En esta edición, en la que se han recibido un total de 49 candidaturas que han desarrollado la acción de promoción turística a lo largo del año 2018 e inicios del 2019, se han librado 16 premios Alimara. Entre los galardonados ha habido 12 proyectos del sector público y privado, un medio distinguido con el Premio Alimara Mass Media, el Premio Alimara Especial del CETT para una entidad de referencia, el Premio Alimara CAT, otorgado conjuntamente con la Dirección General de Política Lingüística de la Generalitat, y el Premio Alimara Estudiantes del CETT, escogido por el propio alumnado.

#### **Alimara a la Innovación en Comunicación**

Los galardones entregados por la Hble. **Sra. Àngels Chacón**, consejera de Empresa y Conocimiento de la Generalitat de Cataluña, el Sr. **Agustí Colom**, regidor de Turismo, Comercio y Mercados del Ayuntamiento de Barcelona y la **Sra. Marta Serra**, directora de B-Travel, han reconocido con el premio Alimara a la Innovación en Comunicación las siguientes campañas:

- El **Bus a Ciegas del Turismo Industrial** de la **Red de Turismo Industrial de Cataluña (XATIC)** ha sido distinguido con uno de los galardones por haber generado actividad económica y cultural en el territorio catalán.

- **Legends of Catalonia**, el juego de realidad virtual impulsado por la **Agencia Catalana de Turismo** con el objetivo de promocionar Cataluña en los Estados Unidos de Norte América, ha sido premiado por ser una campaña de *branded content* muy potente y pionera a nivel mundial.

- También se ha premiado la campaña **Noah's Ark** de la cadena **Axel Hotels** que, con su comunicación innovadora y transgresora, pretende generar una implicación social en la lucha por los derechos del colectivo LGBTI.

#### **Alimara a la Innovación en Producto y Servicio**

Entregados por el Ilmo. Sr. **Gerard Sabarich**, alcalde de Rialp, vicepresidente segundo de la Diputación de Lleida, y vicepresidente del Patronato de Turismo de la Diputación de Lleida, la **Sra. Marta Felip**, secretaria general de Empresa y Conocimiento de la Generalitat de Cataluña y el Sr. **Miquel Forns**, vicepresidente cuarto de la Diputación de Barcelona; los ganadores de los Premios Alimara a la Innovación en Producto y Servicio han sido:

- La empresa de hostelería **Dans Le Noir SL** ha sido también galardonada por su proyecto '**Expansión internacional de la ética en la contratación de personas con diversidad funcional**', una experiencia sensorial única, original y sorprendente que favorece la tolerancia y el desarrollo personal.

- El **Ayuntamiento de Barcelona**, la **Diputación de Barcelona** y la **Cámara de Comercio y Turismo de Barcelona** han sido merecedores de uno de los premios por su proyecto conjunto **Observatorio del Turismo a Barcelona: ciudad y región. Consolidación de un proyecto en expansión**. El jurado ha destacado que se trata de una herramienta de generación y transferencia de conocimiento con una visión 360° de todos los elementos clave del destino.

- El proyecto **Tu i Lleida**, de la agencia de viajes **Tu i Lleida SL**, ha recibido uno de los premios por contribuir a la desestacionalización, desconcentración y diversificación del turismo en Cataluña, potenciando la preservación del cielo nocturno y su Certificación *Starlight* de la UNESCO.

## Alimara a la Innovación en Comercialización

Los tres Premios Alimara a la Innovación en Comercialización han sido librados por el **Sr. Octavi Bono**, director general de Turismo, el **Sr. Narcís Coll**, presidente de FGE-CETT y el **Sr. Miquel Forn**s, vicepresidente cuarto de la Diputación de Barcelona, a las siguientes campañas:

- La empresa **Mirai** ha sido reconocida por su propuesta **Crecimiento de venta directa de los hoteles y mejora continua para ayudarlos a conseguirlo**, a través de la cual se hace un asesoramiento integral que combina tecnología, innovación y consultoría estratégica de distribución *online*.
- La aplicación innovadora para móviles, **Fishlover app**, desarrollada por la empresa del sector de la restauración **Gran Blau** (Sensibilidad Gastronómica SL), ha destacado por proporcionar una mejora del servicio para los clientes con procesos más simples, eficientes y eficaces.
- La experiencia innovadora, inmersiva y memorable **Tastemotion Costa Brava Girona World Tour- The Ultimate Dining Experience**, lanzada por el **Patronato de Turismo Costa Brava Girona**, y basada en una comida sensorial inspirada en la Costa Brava y el Pirineo de Girona, posiciona el destino en el *top of mind* de los participantes del acto. Los estudiantes del CETT han coincidido, en este caso, con el jurado y le han concedido también el **Premio Alimara Estudiantes del CETT**. En representación del alumnado, el **Sr. Gaspar Rosselló**, delegado del Rector de la Universidad de Barcelona en el CETT, y la **Sra. Laia Ferreras**, estudiante del Grado de Turismo CETT-UB, han hecho entrega del segundo galardón de la noche que ha recibido el proyecto.

## Alimara en Turismo Responsable y Sostenible

La responsabilidad y la sostenibilidad son dos de los conceptos que los Premios Alimara han querido poner de relieve en esta edición, reconociendo aquellos proyectos que han sabido conjugar el sector turístico con un compromiso con la sociedad y el medio ambiente. El **Sr. Martí Sarrate**, presidente de ACAVE, el **Sr. Lluís Baulenas**, secretario general del Consejo Interuniversitario de la Generalitat de Cataluña y el **Sr. Harold Goodwin**, director de *Responsible Tourism Partnership*, han sido los encargados de entregar los premios de esta categoría:

- Los Alimara han querido reconocer también la tarea de **APARTUR** (Asociación de Apartamentos Turísticos de Barcelona) a través de su **Checkin solidario**, una acción solidaria promovida en beneficio del *Casal dels Infants* y su programa 'Vínculos', que pone en valor la capacidad de las empresas turísticas para contribuir a la mejora social de su entorno más próximo.
- Las **Rutas científicas y sostenibles por las Comarcas de Girona**, promovidas por la **Fundación Catalana para la Investigación y la Innovación**, han sido premiadas por su contribución a la sostenibilidad con un nuevo producto turístico que recupera y difunde el patrimonio histórico-científico y tradicional del país.
- Finalmente, el proyecto **Turismo responsable con los animales**, de **FAADA** (Fundación para el Asesoramiento y Acción en Defensa de los Animales), que pone en valor la incorporación de una nueva sensibilidad respetuosa con los animales en la práctica turística.

## El Premio Alimara CAT

El premio Alimara CAT, entregado conjuntamente con la Dirección General de Política Lingüística y Dirección General de Turismo de la Generalitat de Cataluña, ha recaído en el **Celler Eudald Massana Noya** de Sant Pau d'Ordal, porque, además de disponer de una web en tres lenguas, la mantienen organizada y actualizada, con la información presentada de manera clara y con un uso adecuado y correcto de la lengua catalana. La **Sra. Montserrat Nadal**, jefa del Servicio de Fomento del Uso del Catalán de la Generalitat de Cataluña, les ha hecho entrega del galardón.

## Alimara Mass Media del CETT y Alimara Especial del CETT

El premio **Alimara Mass Media del CETT**, propuesto directamente por el Jurado y librado por la **Dra. María Abellanet**, CEO del Grupo CETT, ha reconocido la trayectoria de uno de los medios de comunicación de referencia para el sector turístico como es **Hosteltur**. El medio, que cumple 25 años, ha contribuido con su tarea a la difusión de la información, datos y conocimiento sobre el sector, y también, la adaptación del mundo *offline* al *online* con éxito.

Por otro lado, el premio **Alimara Especial del CETT**, entregado por el **Sr. Miquel Alsius**, presidente del Grupo CETT, ha sido para los **Castellers de Barcelona**, cuarta *colla* en activo más veterana del mundo y que, este año, celebra el 50º cumpleaños de su fundación. El galardón ha sido concedido con el apoyo unánime del Jurado y en conmemoración al año del turismo cultural en Cataluña, que se ha ampliado para este 2019.

Seguidamente, la **Sra. Meritxell Plana**, responsable de Turismo Científico de la Fundación Catalana para la Investigación y la Innovación, en representación de los premiados, ha agradecido a la organización este reconocimiento y ha reiterado que los proyectos y campañas galardonados en La Noche de los Alimara demuestran "la extraordinaria salud del turismo en Cataluña". Asimismo, ha invitado al sector a incorporar la ciencia como un elemento turístico de gran valor.

Finalmente, la **Sra. Marta Serra**, directora del Salón B-Travel, ha destacado que "los Premios Alimara son una fuente de inspiración para B-Travel" y ha reiterado que desde el Salón se seguirá apostando por un turismo dirigido a la demanda, mientras que la **Sra. Marta Felip**, secretaria general de Empresa y Conocimiento de la Generalitat de Catalunya, ha concluido el acto afirmando que "se debe apostar por activos como la sostenibilidad, las nuevas tecnologías y la innovación, valores que han estado muy presentes en estos premios". Una gala que ha reunido a más de 400 asistentes del mundo empresarial, académico e institucional del sector, y también al alumnado del Campus CETT-UB, que el próximo curso celebrará sus 50 años de historia.

# Apoyo institucional y cumplimiento legal, las exigencias de Spain DMCs

Por Eric Mottard

Buen momento para el sector receptivo español, pero también entorno incierto: SpainDMCs (la asociación representativa de mundo DMC español) ha celebrado su encuentro anual en un entorno cargado de incertidumbres por el Brexit, la economía mundial y la recuperación de destinos competidores cuyos problemas habían hecho de España la estrella absoluta en los últimos años. La siempre militante asociación recordó dos peticiones importantes para la futura prosperidad y buen funcionamiento de este segmento: que las agencias que proponen viajes combinados cumplan la ley, y que España tenga un ministerio del turismo. Todo esto se comentó en la convención de la asociación, realizada en el Hotel Don Carlos de Marbella.



**Primero, la falta de apoyo público.** La asociación reclamó durante su asamblea anual "la necesidad de un ministerio de turismo que apoye cada segmento del turismo en general y de los DMC españoles en particular" en palabras del presidente de la asociación Juan Antonio Casas. Recordaron que sus miembros "son agencias de viajes especializadas en la operación y comercialización de servicios que potencian España como destino para reuniones, programas de incentivo y eventos de empresas extranjeras, un sector que cada vez más supone una alternativa al turismo tradicional de turismo de sol y playa". Spain DMCs también echó en falta la existencia de potentes embajadores y figuras representativas en la Administración que promocionen el sector MICE.

**Segundo, el necesario cumplimiento de la ley.** Otra petición es la de un cumplimiento de la ley por todas las agencias que venden viajes para grupos, y cuya actividad se rige por la ley sobre viajes combinados, que explicó Ana Barluenga, asesora legal de ACAVE, recordando que es generalmente ilegal vender viajes que incluyen por ejemplo hotel y actividades sin tener licencia de agencia de viajes (ver artículo sobre [la actualización de la ley de viajes combinados](#)). "SpainDMCs no pretende aniquilar la competencia desleal, por eso no hemos denunciado ningún caso hasta el momento; lo que pretendemos es que se legalice la situación y que las empresas que realicen las funciones de un DMC, jueguen con las mismas reglas de juego", según Luis Díaz, director ejecutivo de SpainDMCs quien reconoce que "la competencia estimula y también es sana, pero queremos que haya un mínimo de bases y garantías, por lo que se ha tomado la decisión de actuar por la vía de la denuncia de estas empresas ante las autoridades competentes, que son las Comunidades Autónomas".

También se abordó la relación con proveedores, acuerdos con hoteles y comisiones. La asociación mostró su descontento con algunas cadenas hoteleras internacionales "que, no solamente ofrecen a sus posibles clientes, servicios tradicionalmente operados por los DMC, sino que dan más ventajas en los precios a empresas extranjeras" afirma Juan Antonio Casas, presidente de la asociación.

**Junta renovada.** Se aprobó la renovación de su junta directiva con Juan Antonio Casas como presidente, José Puebla como vicepresidente y Luis Díaz como director ejecutivo. La asociación también decidió mantener la política de calidad más que cantidad.

**La nube del Brexit.** Otro tema fue cómo podría afectar el Brexit al sector MICE. Se planteó un escenario incierto en el que, en caso de un Brexit sin acuerdo, las operaciones realizadas en España por los DMC para empresas del Reino Unido se considerarían extracomunitarias. Desde el punto de vista fiscal, habría que ver si el Gobierno español asimila al Reino Unido a los países con acuerdo de reciprocidad a los efectos de la renuncia del REAV.

El programa también contó con sesiones de coaching impartidas por Luis Huete, Profesor del IESE. Los asistentes también visitaron Ronda, "la ciudad soñada" por su patrimonio cultural, y también descubrieron la nueva apuesta de LA Organic Experience, un proyecto que mezcla oleoturismo y agricultura ecológica.

**Éxito de participación.** Esta asamblea contó con la asistencia del 90% de sus asociados. El destino elegido ha sido Marbella, con el apoyo de Turismo de Costa del Sol y del Ayuntamiento de Marbella. La próxima edición tendrá lugar en marzo de 2020 en Palma de Mallorca. Meliá será la sede de esta convención que celebrará el 20 aniversario de SpainDMCs.

TURISMO

## Andalucía refuerza la promoción de su oferta turística entre agencias españolas

El encuentro, organizado por la asociación ACAVe, ha permitido contactar con intermediarios con vistas a la próxima temporada alta



El taller pretende impulsar la comercialización del destino andaluz.

**La Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local ha difundido la oferta turística de Andalucía** en un taller de trabajo organizado por la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVe), encuentro con el que se pretende impulsar la comercialización del destino.

La cita, que ha tenido lugar en Barcelona y de la que ya se desarrolló previamente una experiencia similar en Málaga, ha reunido a profesionales integrados en este colectivo y empresas, ante quienes se ha hecho especial hincapié en **la próxima Semana Santa y la temporada alta**, así como en los productos que mayor interés despiertan entre los clientes del mercado nacional.

**En ACAVe se integran emisoras nacionales y corporativas, operadores, receptivos de costa y ciudad, agencias 'online' y empresas de cruceros.** Además, determinados socios gestionan los viajes de sus clientes durante todo el año, por lo que se trata de un perfil de elevado interés para contribuir a la desestacionalización y diversificar las llegadas.

Actualmente, ACAVe, que cuenta con una fuerte presencia en Cataluña, está formada por más de 500 agencias de viajes centrales y representa los intereses de alrededor de un millar de puntos de venta.

**Los establecimientos hoteleros de Andalucía recibieron durante 2018 un total de 9,8 millones de viajeros españoles**, lo que supone un incremento del 3,4% en relación con el ejercicio anterior. Las pernoctaciones alcanzaron, por su parte, los 24 millones, con un aumento del 4%.

## Las agencias aseguran estar preparadas para el cambio de ciclo



Los profesionales y empresarios del sector de **agencias de viajes y turoperadores** -salvo contadas excepciones- aseguran que, **lejos de sentir una desaceleración de la actividad que anuncie un cambio de ciclo, sus ventas siguieron creciendo** en 2018 y prevén que mantengan el ritmo en este año, según cuentan en [este reportaje de la Revista Hosteltur](#).

En cuanto **a más largo plazo**, con 2020 en el horizonte, la pasada crisis ha dotado al sector de agencias de una mayor agilidad que le permite maniobrar en menor tiempo y poder esperar más antes de tomar decisiones.

“Estamos preparados ante un posible cambio de ciclo. Lo prevemos, si bien todavía no estamos notando una menor demanda. Hay que tener en cuenta que la economía se basa por moverse con una tendencia cíclica. Después de una crisis llega la recuperación, y al cabo de unos años es normal que se produzca una desaceleración”, asegura **Javier Castillo, director general de Soltour**.



*El sector de agencias de viajes no aprecia una desaceleración y sigue creciendo, según ilustran los índices de cifra de negocio del INE, con un aumento del 4% en 2018*

Y es que las cifras cantan. Si bien algunos sectores de la economía nacional ya están apreciando una desaceleración, lo cierto es que en de la intermediación turística los crecimientos se mantienen desde 2104. En 2018 la cifra de negocio de las agencias, **según las estadísticas del INE**, creció por encima del 4%, más incluso que el 2,7% de 2017. Y de cara a este 2019, **La Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAIVE)** aventura un notable aumento del 10% en las ventas, según una encuesta realizada entre sus 500 agencias asociadas.

La misma línea apuntan las cifras más fiables con las que cuenta el sector de agencias, la **producción del BSP de IATA**, según la cual en 2018, no sólo se mantuvo el crecimiento (el 2,8% en 2017), sino que se duplicó con un 5%.

## Deberes hechos

No obstante, y ante la reiteración de los mensajes de cautela ante un cambio de ciclo que, según los gurús no supondrá una nueva crisis, sino una desaceleración, son muchos los agentes de viajes que aseguran que **“ya tenemos hechos los deberes”**. En este sentido, el presidente de ACAIVE y director general del Juliá Tours, Martí Sarrate, asegura que **las agencias “que resistimos la crisis salimos vacunadas ante la recesión**. Estamos preparadas ante un posible cambio de ciclo. Tenemos aprendida la lección. Esa lección es el control de costes, la especialización y la apuesta por la tecnología”. Y añade: “De hecho, manteniendo el mismo número de empresas, estamos creando más empleo, hasta superar los niveles de antes de la crisis”.



*El traumático impacto que tubo la crisis en las agencias las hace ser ahora más cautas de cara a futuros imprevistos*

En este sentido, es significativo el caso de este sector que sufrió el cierre de un tercio de su parque de agencias (**cerraron 5.000 de las 13.000 que había antes de la crisis**), y que actualmente, con un total de apenas 9.000 agencias ha superado el número de trabajadores que había en 2008, más de 62.000 profesionales.

Esa **reestructuración traumática** que sufrió el sector durante la crisis, impuso unas estrategias de gestión más ágiles y cautas de cara a futuros vaivenes. Ya de por sí, ese aumento de empleo está basado en una mayor precariedad y en el aumento de los trabajadores autónomos, que ya suponen una cuarta parte del sector.



Los turoperadores y agencias de viajes prevén seguir creciendo durante 2019 en el mercado emisor español. En la foto, una imagen de Fitur.

Por otro lado, además del **control de costes y especialización**, apuntados por el presidente de ACAVE, el director general de Soltour apunta: "Ante un posible cambio de ciclo nuestra estrategia está afianzada en la **diversificación** gracias a nuestra sólida presencia en los mercados español y portugués. También contamos con unas estructuras ágiles que nos permiten reaccionar con rapidez ante las fluctuaciones de la demanda. Y, por otro lado, nuestra cuota de mercado nos permite crecer al diversificar.

## Estructuras más ágiles

Por el contrario, **Eduardo García**, director de **Sanander Viajes** y presidente de La Asociación de Agencias de Viajes y Operadores de Turismo de Cantabria (**AAVOT**), se muestra más cauto y ya ha puesto en marcha estrategias "por si acaso". García indica que todavía "no hay datos que indiquen, no una recesión sino una desaceleración, pero es verdad que en la planificación para los próximos tres años estamos teniendo en cuenta esa posibilidad. Por ejemplo, en nuestra agencia se van a jubilar tres personas y la previsión es contratar, de momento, a una y esperar a ver cómo se desarrolla la actividad antes de cubrir las otras dos vacantes".

“

*Algunos informes apuntan a una posible ralentización de la actividad de las agencias en el primer semestre de este 2019, sin llegar a un descenso*

Y coincide con Sarrate: "De cara a ese posible cambio de ciclo, creo que las agencias hemos aprendido la lección de la crisis, y estamos preparados. Hemos adoptado estructuras más ágiles". No obstante, ya se han puesto manos a la obra y, en cuanto a las estrategias a adoptar, "estamos conteniendo las inversiones y sometiéndolas a un doble estudio; estamos reduciendo la deuda y créditos; y **estamos dotando a la empresa de más músculo financiero** a base de reinvertir en lugar de repartir los beneficios", apunta García.

También el último informe del **Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR)** apunta a una posible ralentización. Según este estudio, las expectativas de negocio de las agencias de viajes para el primer semestre de este 2019 mantienen una tónica de cierta estabilidad, pero sus principales variables pierden intensidad respecto al segundo semestre del año 2018, en donde reinaba una atmósfera de mayor optimismo. La llegada de otra crisis económica y la incertidumbre política son las dos grandes amenazas que se perciben por parte de algunas de las agencias de viajes consultadas.

## ¿Tus eventos incluyen hoteles y más? Podrías estar incumpliendo la ley

Tags: legislación DMCs, Spain DMCs, profesionalización

Por Eric Mottard

En un país donde la cultura asociativa no ha sido siempre óptima, la **convención anual de SpainDMC**, en la cual tuvimos la suerte de participar, es un ejemplo de encuentro de asociación francamente exitoso: a pesar de requerir viaje (a Marbella) y parte del fin de semana, participaron nada menos que el 90% de los miembros de la asociación. El Hotel Don Carlos acogió al who's who del mundo receptivo del Business Travel español. La primera sesión formativa fue una explicación de la actualización de la ley sobre viajes combinados, de la mano de Ana Barluenga, asesora jurídica de ACAVE. Y este marco legal en cambio constante incluye la prohibición de ofrecer viajes combinados sin tener las garantías legalmente exigidas a tal efecto. Te recordamos los aprendizajes de esta sesión, pero puesto que somos poco expertos en temas legales, dejamos la palabra a Ana. Y como siempre en temas legales, **contacta con un abogado para saber exactamente las implicaciones legales en tu caso.**



**Una directiva europea de viajes combinados y servicios de viaje vinculado.** El punto de partida es una directiva europea que cada país de la UE ha tenido que incorporar a su ordenamiento jurídico interno. La transposición de la directiva es aplicable en España desde el 28 de diciembre del 2018.

¿Qué servicios de viaje combinados pueden crear un viaje combinado? Son cuatro:

- Transporte de pasajeros, en avión, tren, autobús o barco.
- Alojamiento que no sea parte intrínseca del transporte (por ejemplo pasar noche en un ferry no se considera como viaje combinado, en cambio un crucero sí se considera viaje combinado).
- Alquiler de vehículos y de motocicletas.
- Cualquier otro servicio turístico que no forme parte intrínseca de los anteriores.

Nota: Si un servicio turístico forma parte intrínseca del otro, no se considera como otro servicio turístico (por ejemplo: el traslado de pasajeros como parte de una visita guiada, los traslados entre un hotel y un aeropuerto o una estación de ferrocarril como parte del servicio de alojamiento, las comidas y bebidas como parte del servicio de alojamiento...).

¿Qué es un viaje combinado?

La combinación para un mismo viaje de, al menos, dos de los cuatro bloques de servicios de viaje detallados más arriba, que pasen de 24 horas o incluyan pernoctación:

- Si se combinan por un solo empresario (incluso a petición o bajo selección viajero) antes de celebración de un único contrato;
- Con independencia de la celebración de contratos con diferentes prestadores de servicios, dichos servicios:
  - Se contratan en único punto de venta y se seleccionan antes del pago
  - Se ofrecen o facturan a tanto alzado o global
  - Se anuncian o venden como viaje combinado o denominación similar
  - Se combinan después de la celebración de un contrato que permite al viajero elegir entre una selección de distintos tipos de servicios de viaje (por ejemplo cajas regalo)
  - Se contrata en una web un servicio de viaje y desde dicha web se redirige al viajero a otra en la que puede contratar otro servicio de viaje, siempre que el primer empresario transmita al otro el nombre del viajero, sus datos de pago y e-mail y el viajero realice la reserva del otro servicio dentro de las 24 horas siguientes a la confirmación del primer servicio

Si la combinación está formada por uno de los tres primeros bloques anteriores, más otro servicio turístico no intrínseco a los anteriores, si el otro servicio turístico representa menos del 25% de la combinación y no se anuncia, ni es un elemento esencial de la combinación, entonces este servicio no cuenta como uno de los dos necesarios para constituir un viaje combinado.

Así, por ejemplo, muchos eventos donde se incluye el hotel y actividades de teambuilding son, a efectos legales, un viaje combinado.

**¿Hay exclusiones?** Sí, tres:

- Si es un viaje de menos de 24 horas y sin pernoctación.
- Si es un viaje organizado sin ánimo de lucro, y de forma ocasional para un grupo limitado de viajeros. No existe definición legal de ocasional, pero queda claro que un evento que conforme viaje combinado organizado por agencia o DMC que se dedica a esta actividad no pueda quedar excluido en esta exclusión.
- Si son contratados sobre la base de un convenio general para la organización de viajes de negocios entre un empresario y otra persona física o jurídica que actúe con fines relacionados con su actividad comercial, negocio, oficio o profesión. Se pueden entender, entre otros, como viajes de negocios, un viaje de incentivo, una convención... Para que pueda aplicarse dicha exclusión, el convenio general/contrato marco tiene que ser formalizado con la empresa cliente final para la organización de más de un viaje de negocios.

**¿Qué obligaciones hay en la normativa española para cualquier empresario que organice y/o comercialice viajes combinados y no quede cubierto por ninguna de las exclusiones o excepciones anteriores?** Entre otras obligaciones (solo indicamos aquí las que nos parecen más aplicables al MICE), destacamos las siguientes:

- La ley hace necesario dar más información precontractual que antes, entre otras, informar de los requisitos sanitarios y de documentación para los nacionales de cualquier país (ya no sólo a los nacionales UE...) Por ejemplo para personas con movilidad reducida, bajo petición del viajero, es obligatorio informarle de la idoneidad de todos los servicios de viaje a sus necesidades específicas.
- Formalizar un contrato de viaje combinado que contenga toda la información indicada en el artículo 155 del Real Decreto Legislativo 1/2007.
- Tener que cumplir con lo dispuesto en los arts. 157-160 del Real Decreto Legislativo 1/2007 (*cesión del contrato, casos legales de posible revisión precio antes de la salida, alteración de otras cláusulas del contrato y casos de resolución del contrato por el viajero*).
- Tener que cumplir con la normativa de ejecución del viaje combinado (art. 161-163 Real Decreto Legislativo 1/2007). Si las prestaciones del viaje no están reguladas por convenios internacionales, se puede limitar la compensación máxima a una cantidad no inferior al triple del precio del viaje siempre que no se aplique a daños corporales ni a daños ocasionados intencionadamente o por negligencia del organizador/vendedor.
- Disponer de garantía de insolvencia para la comercialización y organización de viajes combinados, según la regulación administrativa establecida a tal efecto en la Comunidad Autónoma en la que esté domiciliado el empresario. Dicha garantía se regula por las Direcciones Generales de Turismo de cada CCAA (en concreto, en los decretos reguladores de la actividad de agencias de viajes), excepto en Cataluña, en la que se regula dicha garantía en el Código de Consumo catalán.. No olvidemos que un objetivo de la ley es proteger al cliente, en este caso ante el riesgo de insolvencia de su agencia.
- Es preciso disponer de la garantía de responsabilidad contractual según el art. 165 RD Legislativo 1/2007.

**¿Se incumple?** Pues sí, incurrir en intrusismo profesional aquellos empresarios que, no encontrándose amparados por ninguna de las exclusiones o excepciones anteriores, comercializan y/u organizan viajes combinados sin disponer de las garantías exigidas a tal efecto, dejando así a los viajeros sin las protecciones que legalmente les amparan.

De hecho, una de las funciones de ACAVE es denunciar el intrusismo profesional en defensa de los intereses del sector y de los viajeros.

Según lo comentado en la convención, SpainDMCs plantea denunciar también, aunque su director general Luis Díaz aclara que "no se trata de eliminar la competencia o de crear barreras, sino de estar todos en igualdad de condiciones y, sobre todo, de que se cumpla una ley que protege al cliente y a sus viajeros".

Asimismo SpainDMCs expuso en la convención que en el caso de que hubiera hoteles que, además del servicio de alojamiento ofrecieran conjuntamente otros servicios turísticos que no fueran intrínsecos al servicio de alojamiento y representaran una parte significativa del viaje (por ejemplo, visitas, actividades, servicios de catering fuera de sus instalaciones, etc.), estas combinaciones de servicios constituirían viajes combinados y estarían sujetos a la normativa que los regula.

Alinearnos todos con la ley tiene sentido, en un mercado que necesita profesionalización, reconocimiento, y seguridad de los clientes y asistentes...

# Radio

MAHALA

Comunicación  
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova,  
9 - 4<sup>o</sup>1<sup>a</sup>  
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C  
28005 Madrid  
[www.mahala.es](http://www.mahala.es)

Partners en:  
París, Milán, Berlín,  
Londres, Los Angeles

**Fecha:**  
20.03.19

**Minuts:**  
30:35 – 31:46

**CATALUNYA**  
**RÀDIO**

**Catalunya Ràdio – Catalunya migdia**



<https://www.ccma.cat/catradio/alcarta/catalunya-migdia/catalunya-migdia-amb-oscar-fernandez-de-14-a-15-h-20032019/audio/1033776/>

MAHALA

Comunicación  
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova, 9 – 4<sup>o</sup>1<sup>a</sup> C/ Don Pedro, 20 Puerta C  
08022 Barcelona 28005 Madrid

[www.mahala.es](http://www.mahala.es)

Partners en:  
París, Milán, Berlín,  
Londres, Los Angeles

**Fecha:**  
20.03.19

**Minuts:**  
24:10 – 25:05



## RAC 1 – 14/15



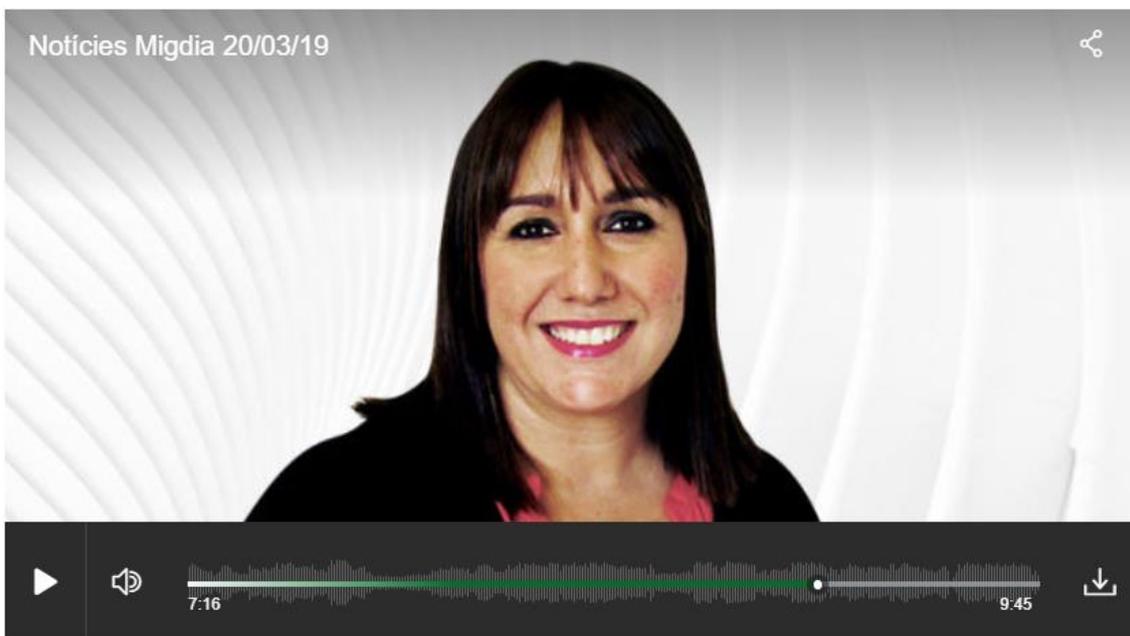
<https://www.rac1.cat/a-la-carta/detail/a77b14ee-4abb-4f84-acad-684ef4256641?program=undefined&section=undefined>

**Fecha:**  
20.03.19

**Minuts:**  
7:00 – 8:12



## Onda Cero – Notícies migdia



[https://www.ondacero.es/emisoras/catalunya/audios-podcast/noticies-migdia/noticies-migdia-200319\\_201903205c9248e10cf2efbc79f21d91.html](https://www.ondacero.es/emisoras/catalunya/audios-podcast/noticies-migdia/noticies-migdia-200319_201903205c9248e10cf2efbc79f21d91.html)

**Fecha:**  
20.03.19

**Minuts:**  
27:34 – 29:15



## COPE – Informatiu Migdia



[https://www.cope.es/emisoras/cataluna/barcelona-provincia/barcelona/audios/informatiu-migdia-20190320\\_699046](https://www.cope.es/emisoras/cataluna/barcelona-provincia/barcelona/audios/informatiu-migdia-20190320_699046)