

Fitur destapa los nichos de mercado de las agencias de viajes

Fitur marcará las pautas del sector en un año marcado por la caída de los resultados empresariales. El turismo ha notado el cambio de ciclo y eso se refleja en datos como el PIB que ha caído el -1,1% en 2008. En este escenario, las agencias de viajes tendrán que tomar nota de los que serán los motores de crecimiento de la industria, entre los que destacan las propuestas originales como el turismo solidario o de eventos.



Fitur marcará las pautas del sector en un año marcado por la caída de los resultados empresariales.

El turismo español no ha sido inmune a la crisis y al cambio de ciclo, que ha hecho mella en el sector aunque algo más tardíamente que en el resto de la economía. Estas pautas se han notado en la celebración de la feria Fitur, donde se refleja en la asistencia de público, en las dimensiones de los stands y en la caída del 9% de la participación empresarial respecto a la pasada edición. Pese a ello, la apariencia de la feria es la de un salón que vuelve con lo mejor del sector.

Aquí se marcarán las **pautas** que seguirá el mercado durante este año en el que España podría ser desplazada como segundo destino principal para

turistas por Estados Unidos. Siendo conscientes de que el sector es uno de los motores principales de la economía española, la industria de agencias de viajes tendrá que encarar este año con propuestas más originales y competitivas.

Para ello deben tener claro los **últimos datos y tendencias** que se reflejan en el sector. Según un informe de Exceltur, en 2008 se ha reducido, aunque en menor medida la afluencia extranjera y su gasto, particularmente de Reino Unido y algo menos de Alemania y USA, de los mercados de origen a larga distancia. Por líneas de producto, las que más han sufrido son las escapadas cortas y a ciudades españolas, que durante los últimos años fueron el gran motor del crecimiento del sector turístico español urbano y de interior.

Aún así, hay destinos que no sólo se salvan de la crisis, sino que mejoran sus resultados con respecto de 2007 como las estaciones de esquí y los destinos en AVE. Por el contrario, los subsectores más afectados son las agencias de viajes emisoras tradicionales, rent a car, hoteles urbanos y líneas aéreas.

Además, la competencia internacional sigue creciendo en afluencia e ingresos, especialmente Egipto y Turquía. En España, Aragón (por la Expo), Pirineos (por la nieve), Canarias y Extremadura son las comunidades. Zonas turísticas que han recogido los resultados más favorables en el año 2008 y han aguantado mejor la crisis. Las comunidades del norte, las del Mediterráneo peninsular y Madrid han acusado los peores resultados empresariales.

En este escenario, las agencias de viajes necesitan posicionarse con elementos diferenciadores para destacar sobre la competencia y tener en cuenta alguna de las originales propuestas que se exhiben en Fitur. Unas propuestas marcadas por las conmemoraciones de eventos y los destinos exóticos como turismo solidario en Burkina Faso, turismo idiomático en Irlanda, turismo de eventos entre los que destacan la celebración de Eurobasket, el Eurovolley

y la Eurocopa de Fútbol en Polonia, que también oferta los actos conmemorativos del nacimiento de Chopin o la naturaleza virgen de Uganda.

Tendencias turísticas previstas para 2009

La demanda en 2009 se presenta más compleja y los empresarios en general, anticipan para 2009 nuevas caídas de ventas y beneficios en porcentaje similar a 2008. Exceltur estima para el conjunto de 2009 una caída adicional del -3,0% del PIB turístico en España y apunta a 2009 como un año de transición que deberá comprometerse al máximo con las urgentes reformas e inversiones que permitan reinventar el modelo turístico.

Durante este año se observarán más procesos de reajuste empresarial como concentraciones, alianzas o cierres de negocio, dada la sobre capacidad de ciertos subsectores y modelos de gestión y productos poco competitivos. No obstante, los expertos confían en que a largo plazo, la crisis servirá para limpiar el sector y finalmente veremos una industria turística saludable.