



XXI
FORO
ACAVE

El turismo ante una nueva era

07.10.2021

Foment del Treball Nacional

9:00 a 14:00 horas

NOTA DE PRENSA

La facturación de las agencias de viajes todavía se sitúa muy por debajo del 50% de las ventas prepandemia

- En el contexto del Foro de ACAVE XXI, Martí Sarrate, presidente de la patronal de agencias de viajes, ha expuesto los resultados de una encuesta que sitúan el incremento de la facturación del verano 2021 en un 10% respecto al mismo periodo de 2020.
- Sin embargo, esta facturación está lejos de los niveles prepandemia, y encuestados afirman que no alcanza el 50% de la cifra de negocios del verano de 2019, lo que sitúa al sector entre los más perjudicados por esta crisis.
- Las consecuencias de la pandemia siguen golpeando duramente al sector de las agencias de viajes y por eso la presente edición del Foro analiza el estado actual de la recuperación del sector, los cambios que se están operando y que se esperan en la actividad turística, así como de los nuevos hábitos de los viajeros.

[Descarga material gráfico aquí](#)

Barcelona, 7 de octubre de 2021.- El secretario de estado de Turismo, Fernando Valdés, ha sido el encargado de inaugurar oficialmente el XXI Foro ACAVE, que se ha celebrado hoy en la sede de Foment del Treball Nacional de Barcelona y que cuenta en la clausura con la Directora General de Turismo, Marta Domènech. Esta edición, se ha desarrollado nuevamente en un formato híbrido presencial y virtual que con la participación de más de 1.000 agentes de viajes y profesionales del turismo.

Este último año y medio ha sido ciertamente difícil para el sector de las agencias de viajes y todavía queda mucho trabajo por delante para lograr la recuperación. En este escenario que todavía continúa marcado por la incertidumbre, se están produciendo también cambios, muchos de los cuales es muy probable que hayan venido para quedarse. Martí Sarrate, presidente de ACAVE, ha explicado que *"hemos querido dedicar la presente edición del foro a analizar los cambios que se están produciendo, como están afectando a la industria turística y de este modo intentar anticipar la evolución y las perspectivas de recuperación del turismo"*.

Para ello el Foro ha contado con ponentes de primer nivel que han debatido sobre temas como las decisiones geopolíticas y su afectación a la industria turística, la evolución y recuperación de la industria turística mundial, la transformación de la economía y de los modelos turísticos y los nuevos hábitos de consumo en la era post COVID.

La presente edición del Foro de ACAVE ha reunido a **Ramon Aymerich**, redactor jefe de Internacional de la Vanguardia; **Isabel Oliver**, Oficial Superior en Turismo y Biodiversidad de la OMT; **Maribel Rodríguez**, senior vice-president Membership Commercial and Events WTTC, del World Travel & Tourism Council; **Rafael Schwartzman**, vicepresidente regional de IATA para Europa; **Eduardo Santander**, CEO de la European Travel Commission; **Josep Sánchez Llibre**, presidente Foment del Treball Nacional; **José Carlos Díez**, Economista; **Belén Barreiro**, socióloga y CEO de 40dB; **Jose Maria Bonmatí**, director general de AECOC y a **Miguel Cardoso**, Economista Jefe para España de BBVA Research.

Conclusiones del XXI Foro Acave

En su intervención inaugural, **el presidente de ACAVE, Martí Sarrate**, ha comentado que ha transcurrido más de un año y medio desde el inicio de la pandemia y esta crisis ha supuesto un efecto transformador de la industria turística que nos conduce a una nueva realidad, a una nueva era con nuevos hábitos de consumo. Ha explicado que en 2020 el sector de las agencias de viaje ha tenido una ligera recuperación, pero muy insuficiente. *"El 75% de las agencias de viaje cree que solo crecerá un 10% respecto al conjunto de 2020. Esto se debe en gran parte a la ausencia de turistas internacionales (un 90% por debajo que antes de la pandemia). En esta nueva era las agencias deben: ofrecer seguridad, garantía y servicios de calidad. Deben ser relevantes en la organización de viajes. Queda mucho que recorrer para lograr la recuperación de la industria turística. Esta recuperación no llegará hasta 2024"*.

En la **primera sesión sobre geopolítica, Ramon Aymerich, redactor jefe de Internacional de la Vanguardia**, ha explicado que la pandemia ha creado y también reforzado retos como el de la densidad (muchos destinos acusaban un exceso de visitas). Y el turismo vira hacia un tipo de negocio más diluido en el espacio y más diverso. El modelo híbrido de teletrabajo y presencialidad no impedirá que poco a poco los viajes de trabajo regresen y vuelva el hábito de desplazarse y relacionarse; otro factor que persistirá cierto tiempo será la regulación sanitaria: los certificados van a convertirse en un elemento de distorsión en los viajes; la crisis climática también es un tema relevante y converge como preocupación importante. Aparecen las primeras decisiones de los gobiernos para combatir el cambio climático con su consiguiente afectación en el sector turístico.

En la **segunda sesión sobre la evolución y recuperación de la industria turística mundial, Isabel Oliver, Oficial Superior en Turismo y Biodiversidad de la OMT**, ha vaticinado una aceleración de tendencias: la digitalización, la seguridad en turismo, la sostenibilidad o el cambio climático. Ha explicado que para atraer al nuevo cliente post pandemia, las agencias de viajes tienen que transformar su servicio para adaptarse a un cliente que tiene valores distintos y que quiere vivir experiencias diferentes. **Maribel Rodríguez, senior vice-president Membership Commercial and Events WTTC, del World Travel & Tourism Council**, ha profundizado en estos cambios y ha comentado que el sector privado quiere ser parte activa en esta evolución hacia la sostenibilidad. El consumidor es más responsable y todos los destinos que no cumplan unas mínimas normas de sostenibilidad serán descartados. Sostenibilidad no es solo ser verde sino también es ser responsable con los empleados o contar con más mujeres en los puestos de trabajo.

Rafael Schwartzman, vicepresidente regional de IATA para Europa, considera que el transporte aéreo aviación seguirá siendo estratégica para la conectividad turística y España debe continuar asumiendo un liderazgo en el turismo a nivel mundial. El transporte aéreo en el periodo 2020-2022 seguirá teniendo enormes pérdidas dado que la demanda está muy por debajo de lo que debería ser. Ha habido una mejora en la conectividad doméstica pero todavía vemos que la internacional progresa de forma muy lenta. Este entorno necesita de estándares y armonización de medidas que permitan restablecer esta conectividad. **Eduardo Santander**, CEO de la European Travel Commision, ha insistido que en Europa el turismo ha salido reforzado, siendo reconocido como uno de los 12 ecosistemas claves para la economía. Esto ha propiciado nuevas políticas del turismo orientadas a la recuperación como los fondos Next Generatio. Sin embargo, comenta que en el futuro a nivel europeo debemos apostar por respuestas coordinadas y armonizadas. El certificado digital es un ejemplo de estas respuestas comunes.

En la **tercera sesión sobre la transformación de la economía y de los modelos turísticos**, **Josep Sánchez Llibre**, presidente Foment del Treball Nacional, ha reclamado la implementación de la vacuna obligatoria para trabajadores públicos y privados, pidiendo también las mismas ayudas directas que han recibido las empresas en Italia o Francia. Considera que en España el tema de las ayudas directas ha sido un fracaso los ERTES sí han sido una medida adecuada. Sobre el aeropuerto del Prat, ha insistido en la necesidad de retomar el plan de ampliación de esta infraestructura para evitar que Barcelona se convierta en un destino de turismo barato a largo plazo. Por su parte, el economista **José Carlos Díez**, ha explicado que la recuperación mundial está siendo muy intensa y que España va a ser uno de los 3 países que más va a crecer el año que viene. También habrá una recuperación sin precedentes del turismo.

En la **cuarta sesión, nuevos hábitos y tendencias de consumo en esta era post Covid**, **Belén Barreiro**, socióloga y CEO de 40dB, ha augurado la aceleración de la digitalización comentando que un tercio de los ciudadanos se ha pasado ya al teletrabajo (esto tiene unas implicaciones enormes para el turismo). La gente vive en sus segundas residencias y sigue trabajando sin tanta necesidad de viajar. No obstante, será necesario poner límite a esa digitalización con el slow travel, viaje que se quiere saborear desde la experiencia, que busca desconectar de las grandes ciudades y reconectar con la naturaleza. **Jose Maria Bonmatí**, director general de AECOC, se ha referido a los cambios en el consumo y la poca planificación en las reservas de viajes como ya ocurre en las compras en general: En dos horas nos envían lo que necesitamos el consumo se ha hecho más veloz. Por su parte, **Miguel Cardoso**, Economista Jefe para España de BBVA Research, ha comentado principalmente se han visto afectados todos los servicios que necesitan el contacto personal, que deben producirse en un entorno social, como los viajes. Sin embargo, todo está volviendo paulatinamente al status quo previo a la pandemia, salvo los cambios resultantes de la digitalización.

En la intervención de clausura, la **directora general de Turisme de Catalunya, Marta Doménech**, ha hecho una apuesta de futuro por la creación de una carta nacional de turismo responsable que refleje una visión común, holística y consensuada de los intereses de turistas y residentes, además de una visión común de todos los ámbitos que constituyen la realidad turística: empresas, particulares y clientes.

Encuesta de balance de verano y previsión de cierre de 2021.

Los socios de ACAVE han participado en esta encuesta que arroja datos preocupantes acerca de la recuperación del sector de las agencias de viajes dado que la plena recuperación parece todavía muy lejos. **Casi un 70% de los encuestados ha experimentado muy ligera recuperación** de su facturación respecto al verano del año pasado (que cifran en un 10%), pero todos coinciden en señalar que estas cifras son insuficientes. Estos porcentajes se reproducen al preguntar por la **previsión de cierre de toda la temporada turística 2021**: un 75% cree que sólo crecerá un 10% respecto al conjunto de 2020.

Preguntados acerca de la **comparativa respecto al verano anterior a la pandemia**, casi un 80% coincidió en señalar que su facturación actual está más de un 50% por debajo respecto a la temporada estival de 2019. Los encuestados atribuyen estas cifras a varios factores:

- La **ausencia notable de turistas internacionales**. El sector receptivo considera que las están más de un 90% por debajo que antes de la pandemia.
- El **cierre de muchos mercados internacionales** a la visita de turistas españoles y del resto Europa.
- El **miedo o la prudencia manifiesta a viajar**.
- El **exceso de trámites** para poder viajar.

En cuanto a la **antelación de las reservas**, afirman que la mayoría de clientes han optado por retrasar su decisión hasta poco antes de realizar el viaje. Más de un 62% de las agencias encuestadas afirman que sus clientes han reservado con una antelación máxima de un mes, mientras que un 34% de los encuestados han registrado mayoritariamente reservas en plazos inferiores a 15 días.

Algunas agencias señalan que este año volvió a ocurrir el fenómeno de **cancelaciones en bloque de touroperadores** tras anunciarse el cierre de fronteras a España de algunos mercados emisores clave, particularmente Reino Unido, o las recomendaciones oficiales de no viajar a España de mercados como el Alemán o el italiano.

La incertidumbre ha impulsado la **venta de seguros de cancelación**, uno de los tradicionales caballos de batalla de las agencias de viajes. En este sentido, casi un 80% de las agencias consultadas confirma que ha registrado un incremento muy notable de contratación de seguros por parte de sus clientes este verano. No obstante, pocos han sido los que han hecho uso de este seguro: un 46% de las agencias no ha registrado ningún caso y un 29% de agencias han registrado menos de un 10% de utilidades del seguro de cancelación.

La mayoría de los encuestados ha valorado positivamente la **creación del pasaporte europeo de vacunación**: más de un 85% de los encuestados afirma que ha favorecido la recuperación de la contratación de viajes internacionales este verano.

Las agencias emisoras han señalado que **la tipología de destinos nacionales más demandados este verano por los Españoles** fueron principalmente Islas Baleares y costas mediterráneas, seguido de Islas Canarias, y en tercer lugar los destinos de turismo rural y naturaleza. Concretamente **por comunidades autónomas**, las más visitadas por los españoles que organizaron sus vacaciones con agencias de viajes fueron -por este orden- Baleares, Canarias, Andalucía, Cataluña, Cantabria y Asturias.

En cuanto a **la tipología de destinos internacionales más demandados este verano por los Españoles**, las agencias emisoras señalan las siguientes: Costas e islas del Mediterráneo (no españolas), capitales europeas, y también África y safaris.

Las agencias receptoras coinciden en señalar que **el país que más reservas a efectuado en el mercado español ha sido Francia**, principalmente por la buena conectividad y la posibilidad de acceder con sus propios vehículos. A continuación, encontramos por este orden a Alemania, Benelux, y países del Este como Polonia o Hungría.

La **tipología de destinos nacionales más demandados este verano por los turistas extranjeros** fueron mayoritariamente las costas mediterráneas y Baleares, y por este orden las siguientes comunidades autónomas: Cataluña, Baleares, Andalucía y Comunidad Valenciana.

Según un 60% de los encuestados, lo más determinante por parte de los turistas extranjeros a la hora de elegir un destino español han sido factores como la **seguridad y confianza en la aplicación de medidas sanitarias y la flexibilidad en las condiciones de cancelación**. Por su parte, un 30% de las agencias encuestadas considera que el factor determinante para los turistas extranjeros han sido las **recomendaciones oficiales de su país**, mientras que apenas un 10% de los encuestados consideró que **el precio** fue el factor clave de la decisión de compra.

Sobre ACAVE

La Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAve) es la patronal de agencias de viajes de ámbito estatal con sede en Cataluña. ACAve es la Asociación más representativa de España con aproximadamente **450 asociados y alrededor de 1.000 puntos de venta en toda España**. Forman parte de la Asociación agencias de las diferentes tipologías: emisoras vacacionales y corporativas, tour operadores, receptoras de costa y de ciudad, agencias online y de cruceros.

Para más información:

Oriol García
Móvil + 34 608 512 909
oriolgarcia@mahala.es