

Nota de prensa

El 60% de las agencias afirma que su estrategia para 2008 es la especialización, el 30% apuesta por la diversificación y el 10% por el control de costes

- La encuesta *PerspectivaSpain2008*, realizada por Amadeus España, también revela que más de la mitad de las agencias tradicionales esperan incrementar sus ventas de forma “ligera” este año, y consideran a la agencia online como su principal competidor

Madrid, 14 de abril de 2008- Amadeus España, líder en provisión de tecnología para el sector turístico, ha realizado la encuesta *PerspectivaSpain2008* para identificar las diferentes estrategias que pretenden poner en marcha las agencias de viajes este año y conocer cuáles son sus perspectivas de negocio. La encuesta se ha realizado entre más de 200 agencias de viajes tradicionales repartidas por toda la geografía española, y se ha llevado a cabo durante el mes de febrero. La muestra agrupa agencias en sus diferentes perfiles (vacacionales, de negocio y mixtas).

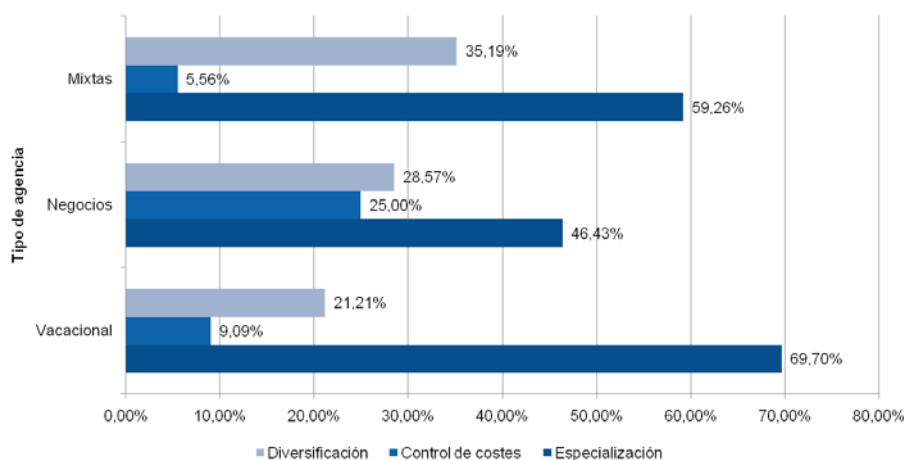
En relación a la **estrategia anual**, de la encuesta se desprende que el 60% de las agencias de viajes tradicionales considera que la *especialización* es su principal estrategia de negocio para 2008, entendiéndose por ello el enfoque en producto/destino o en segmentos de clientes. El 30% afirma que su estrategia será la *diversificación de su actividad*, en términos de orientación a nuevos nichos de clientes, la introducción de nuevos productos o servicios, o la puesta en marcha de áreas de consultoría a clientes u otros profesionales. El 10% restante considera que su objetivo estratégico para 2008 es el *control de costes*.

Si se desglosan estas consideraciones por tipo de agencia¹, se observa que todas coinciden en este mismo orden de preferencia estratégica, si bien, no en la misma proporción. Así, apuestan por la especialización el 69,7% de las vacacionales, el 46,4% de las de negocio y el 59,2% de las mixtas. La agencia de viajes de negocios es la que presenta un mayor equilibrio entre las tres estrategias prioritarias y, aunque se inclina también por la especialización (en el 46,43% de los casos), seguida de la diversificación (28,57%), es la que más decididamente aboga por el control de los costes (25%).

Para Íñigo García-Aranda, Director de Marketing de Amadeus España, “en un momento de desaceleración del crecimiento, la especialización se configura como una de las mejores alternativas para conquistar nuevos nichos de mercado y, de este modo, incrementar las ventas”.

Estrategias 2008 por tipo de agencia

¿Cuál será la principal estrategia de negocio de su agencia de viajes?



¹ Vacacional, de negocio o mixta

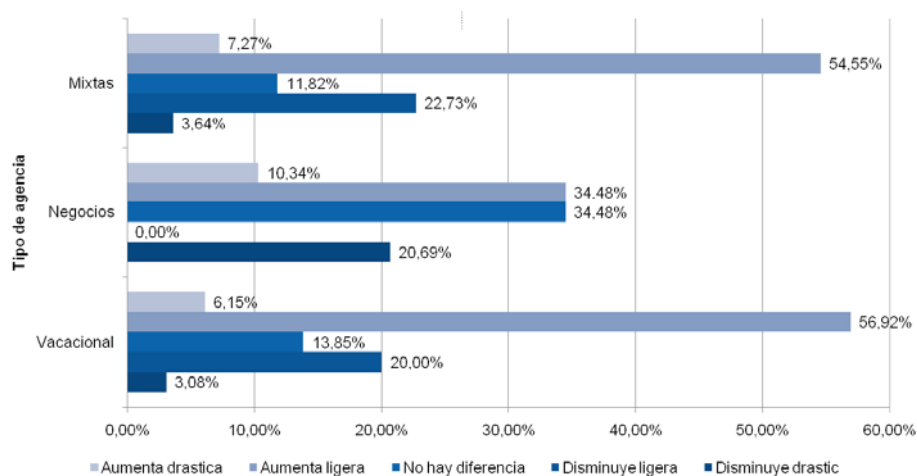
Perspectivas de ventas

En cuanto a las **perspectivas de ventas para 2008**, existe un optimismo moderado generalizado entre todas las agencias, que confían en que sus ventas van a ser mejores que en 2007. Ante la pregunta ¿cómo espera que evolucionen las ventas en el año?, el 52,4% apunta que aumentarán de forma “ligera” y un 7,3% que lo harán de forma “drástica”. Un 15,6% de las agencias considera que no se experimentarán cambios con respecto a los niveles de ventas de 2007, mientras que el 21,5% prevé que van a disminuir “ligeramente”.

Por tipo de agencias, las perspectivas más optimistas se dan, prácticamente al mismo nivel, entre agencias vacacionales y mixtas, pues en ambos casos el 60% prevé que las ventas aumenten. Las previsiones más contenidas son las de las agencias de viajes de negocio, pues sólo el 44,8% considera que las ventas aumentarán, el 34,4% que se mantendrán en los niveles del ejercicio precedente e incluso el 20,6% prevé que disminuyan de forma “drástica”.

Perspectivas de ventas 2008 por tipo de agencia

Respecto a los próximos meses ¿Cómo espera que evolucionen las ventas?



Los principales competidores

En la encuesta también se preguntó por los **competidores**. El 62,8% de las agencias tradicionales españolas considera que la agencia online es su principal competidor, y el 22,7% que es el proveedor en su venta directa al cliente final. Sólo un 14,3% de las agencias considera a otras agencias tradicionales como su principal competencia. En el desglose por perfil de agencia se observan estas mismas consideraciones y prácticamente en la misma proporción.

Notas a redactores

Amadeus España es líder en distribución de reservas turísticas y en provisión de tecnología para el sector del viaje en nuestro país. Su actividad principal es la comercialización y adaptación local del Sistema Amadeus y sus productos, el desarrollo y distribución de productos y servicios locales, así como la asistencia y provisión a las agencias de viajes de infraestructura tecnológica, formación, consultoría y servicio al cliente. En el año 2007, Amadeus España generó más de 38 millones de reservas. Actualmente cuenta con 9.127 agencias de viajes o puntos de venta y 28.280 terminales conectados a su red de comunicaciones. Amadeus España es Premio Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial en la categoría de Empresa Turística. Más información en: www.es.amadeus.com

Datos de contacto:

Amadeus España
Natalia Huidobro / Ana Delgado
Tel: 91 329 86 43 / 459
Fax: 91 329 86 19
Email:
nhuidobro@es.amadeus.com
adelgado@es.amadeus.com

Grupo Albión
Sofía García / Loli Santamaría
Tel: 91 531 23 88
Fax: 91 521 81 87
sgarcia@grupoalbion.net,
lsantamaria@grupoalbion.net