

Se ha cerrado otro año que, pese a la inquietud generada por un escenario internacional menos sosegado de lo que hubiésemos deseado, puede calificarse como positivo en términos generales. El petróleo, que en la primera mitad del año alcanzaba precios desorbitados, terminó por contenerse para alivio de todos los actores que componemos la familia turística.

En nuestro país, las noticias con mayor repercusión han sido las relativas a las líneas aéreas. Por una parte, 2006 ha sido el año de la irrupción definitiva de las *low cost* en España, con una Iberia que –como parte fundamental de su estrategia futura– ha participado como socio de referencia en la creación de Clickair, con Barcelona como sede. Además, las dos grandes compañías de ba-

del cambio en los hábitos turísticos de los españoles (que realizan cada vez más viajes a lo largo del año aunque con una duración menor), en el boom inmobiliario y en la retribución mediante *service fee*, que otorga al agente la capacidad de cobrar por el valor añadido que aporta en la compra de un viaje.

A este respecto, en las postrimerías del año algunas aerolíneas han dado pasos encaminados a retribuir nuevamente con comisiones el trabajo de las agencias, conscientes del enorme valor que supone el contar como aliado con tan cualificado canal de distribución.

También refrenda la importancia de las agencias y sus buenas perspectivas, el hecho de que grandes grupos inversores internacionales hayan tendido sus redes hacia ellas. Así, durante el verano, un fondo de inversión se hacía con la actividad mi-

Fin de curso

Paul de Villiers / Director General de SAVIA Amadeus

jo coste europeo –Easyjet y Ryanair– elegían Madrid como base para sus operaciones en el sur de Europa, aprovechando el espacio disponible en Barajas tras la inauguración, y ése fue otro de los grandes hitos del año, de la flamante T-4. Por último, y después de no pocos escándalos, en diciembre suspendía pagos una de estas aerolíneas de nuevo cuño, Air Madrid, lo que algunos consideran un aviso serio al modelo si no se opera con ciertas garantías.

Por otra parte, en España continúa creciendo el número de agencias de viajes. Cuando no se oyen más que voces sobre la mala salud del sector, la realidad es tozuda: durante 2006 se ha superado la barrera de 9.000 oficinas conectadas a SAVIA Amadeus. Probablemente haya que buscar la explicación a este incremento en la consolidación

norista del grupo Iberostar, mientras que en noviembre era un grupo norteamericano el que adquiriría Edreams, la agencia de viajes *online* líder en nuestro mercado. Y se intuyen nuevos movimientos que refuerzan la idea de una consolidación en el segmento de los viajes por Internet nacionales.

También los sistemas de distribución parecen contar con la confianza de los mercados financieros, a juzgar por la elevada cifra de adquisición de Sabre.

Creo que es una buena noticia para todos el que entidades financieras y sociedades de capital riesgo apuesten por el turismo, que vean nuestra actividad como un sector de futuro con capacidad para devolver rentabilidad a su inversión. Se abre un nuevo año para trabajar con ahínco y tratar de confirmar todas estas expectativas. ■



A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Paul de Villiers'.