

5 años de turismo

PAUL DE VILLIERS Director general de Amadeus España

Se cumplen cinco años desde que, en el verano de 2003, comenzara esta última andadura de la revista *Savia*, un periodo durante el cual diversos factores internos y externos han ido impactando en la industria de los viajes produciendo en ella una importantísima transformación, quizás la más relevante de su historia.

Uno de los elementos cruciales ha sido la expansión de Internet ya que, si bien contaba con multitud de usuarios antes, no fue hasta el año 2003 cuando los principales operadores de nuestro país comenzaron a ofrecer las conexiones ADSL que agilizaron la navegación, permitiendo a los usuarios obtener respuestas casi inmediatas y descargar pesados archivos en cuestión de segundos.

la intermediación y optado por ser distribuidas por el canal tradicional.

De este modo, pese a las voces que auguraban un descenso drástico en el número de agencias de calle, de los casi 7.000 puntos de venta del año 2003 hemos pasado a un parque que en la actualidad supera las 9.000 oficinas. Un 50% de ellas ya está en manos de grandes cadenas, un porcentaje que aumentará significativamente de confirmarse algunas de las consolidaciones anunciadas para el futuro próximo. Asimismo, la expansión de Internet ha supuesto un cambio drástico en el sector turístico porque ha otorgado una información inmensa a los viajeros que, antes de reservar un viaje, pueden consultar las tarifas, recabar amplia información acerca de los

El papel de los agentes de viajes se ha transformado en el de verdaderos expertos capaces de asesorar a una clientela cada vez más informada

Se abría así para los proveedores la oportunidad de hacer llegar su oferta a los consumidores finales sin necesidad de intermediarios, de manera que la mayor parte de ellos apostaron con fuerza por la venta directa. Durante un tiempo, se puso en duda el futuro de la intermediación tradicional e incluso hubo quien vaticinó que sólo las agencias *online* –que hasta entonces habían tenido una presencia casi testimonial en el mercado– resistirían en el nuevo mundo digital. Sin embargo, aunque ciertamente las agencias que operan en Internet han ido cobrando cada vez más notoriedad y acabado por convertirse en importantes actores en la distribución, la oferta disponible en la red se ha vuelto tan amplia que ha terminado por resultar inabarcable para los viajeros, lo que ha reforzado el papel de los aglutinadores capaces de organizarla.

Así, incluso compañías nacidas en la era de Internet, que en principio daban la espalda a todo lo que no fuese venta directa, han acabado por ver el valor de

diferentes destinos y acceder a las experiencias de los que los han visitado antes que ellos. Por eso, el papel de los agentes de viajes se ha ido transformando en el de verdaderos expertos capaces de asesorar a una clientela mucho más informada que la que tenían sólo cinco años atrás.

El trabajo diario de los agentes se ha visto modificado también por la constante automatización de los procesos. Así, mientras hace un lustro sólo el 17% de los billetes emitidos en España eran electrónicos, hoy hemos sido testigos de la desaparición del billete de papel y podemos obtener incluso nuestra tarjeta de embarque desde casa. Del mismo modo, el sistema retributivo de las agencias es nuevo. Si en 2003 comenzaba a hablarse del *service fee* como una alternativa a la bajada de comisiones prevista por algunos proveedores aéreos, hoy, cuando éstas han sido eliminadas, los gastos de gestión se han



convertido en la fuente de ingresos principal de los agentes.

También de la mano de la banda ancha ha llegado la expansión de las aerolíneas de bajo coste, que en este tiempo han multiplicado por cuatro su presencia en nuestro país. Aunque no todas las experiencias de las *low cost* han sido positivas, su irrupción ha tenido una importancia trascendental en el sector. Por una parte, ha obligado a las aerolíneas tradicionales a replantearse sus modelos de gestión, de manera que en los últimos años hemos asistido a diferentes movimientos –desapariciones de importantes compañías, fusiones entre rivales, privatizaciones de líneas aéreas de bandera...– que han modificado el panorama de la navegación aérea mundial.

Por otro lado, no cabe duda de que el bajo coste ha actuado como elemento dinamizador de la industria de los viajes. Como ejemplo, baste decir que hoy, en Amadeus España, intermediamos diez millones de reservas aéreas más que hace cinco años, un incremento que ha exigido importantes inversiones tanto en aeronaves como en infraestructuras.

Así, se ha acometido la construcción de terminales en importantes ciudades y se ha ampliado la capacidad hotelera para dar cabida a una demanda que no ha dejado de crecer. Igualmente, se ha puesto en marcha una ampliación de la red ferroviaria de alta velocidad que, cuando se complete en los próximos años, conectará por tren las principales ciudades españolas, y se han modernizado las estaciones marítimas de los puertos ante la pujanza que está adquiriendo el turismo de cruceros.

El sector turístico tampoco ha sido ajeno a dos de los asuntos que más portadas han acaparado durante este quinquenio: la seguridad y la lucha contra el cambio climático. Aunque la sociedad se repuso con enorme madurez a los atentados terroristas de Madrid y Londres, y éstos tuvieron un impacto

menor del esperado en el turismo, la prudencia ha exigido reforzar las medidas de seguridad en los transportes, con el consiguiente trastorno para unos viajeros que han visto como nuevos protocolos de embarque y políticas de equipajes han modificado sus hábitos viajeros.

De igual manera, en un momento en que la sociedad ha tomado conciencia del riesgo que implica el cambio climático, el sector se ha convertido en abanderado de la ecología apostando por nuevas formas de turismo sostenible y experimentando con combustibles ecológicos que permitan minimizar las emisiones contaminantes a la atmósfera.

Han sido cinco años, en definitiva, durante los que diversos cambios de modelo, tecnológicos y coyunturales han modificado un turismo que ya no volverá a ser como un día lo conocimos, pero que se despliega ante nosotros con nuevos e ilusionantes desafíos de los que, seguro, *Savia* continuará siendo testigo.

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Paul de Witte'. The signature is fluid and cursive, written in a professional style.