

**EL SECTOR DE AGENCIAS
DE VIAJES EN LA
COMUNIDAD VALENCIANA**

Edición 2008

Original de la Cámara de Comercio.
Prohibida su reproducción total o parcial sin la
autorización expresa de la Cámara de Valencia

INDICE

1.- ESTRUCTURA DEL SECTOR AGENCIAS DE VIAJES. Año 2007.

- 1.1.- Número de Agencias de Viajes en la Comunidad Valenciana 2007.
- 1.2.- Número de Agencias de Viajes en Valencia y su provincia 2007.
- 1.3.- Distribución territorial de las agencias de viajes en la Comunidad Valenciana 2007.
- 1.4.- Agencias de Viajes de la provincia de Valencia con dos o más puntos de venta 2007.
- 1.5.- Evolución de las Agencias de Viajes en la Comunidad Valenciana. Período 1989-2007.
- 1.6.- Evolución de las Agencias de Viajes en Valencia y Provincia. Período 1989-2007.

2.- LAS EMPRESAS DEL SECTOR

- 2.1.- El sector de agencias de viaje en España.
- 2.2.- Integración vertical de los principales grupos de viajes en España.
- 2.3.- Ranking de las 7 primeras agencias de viajes españolas por ventas en 2007.
- 2.4.- Las agencias de viajes en Internet.

3.- SITUACION SOCIO - LABORAL Y ECONOMICO-FINANCIERA

- 3.1.- Características socio laborales de las agencias de viajes.
- 3.2.- El volumen de negocio de las agencias de viaje.
- 3.3.- Estructura de explotación.

1.-ESTRUCTURA DEL SECTOR AGENCIAS DE VIAJES.

1.1.- NÚMERO DE AGENCIAS DE VIAJES EN LA COMUNIDAD VALENCIANA 2007.

PROVINCIA	CASAS CENTRALES			SUCURSALES	TOTAL
	Mayoristas	Minoristas	Mayoristas Minoristas		
ALICANTE	4	255	38	281	578
VALENCIA	4	341	51	418	814
CASTELLÓN	0	47	6	73	126
TOTAL C.V.	8	643	95	772	1.518

Fuente: Agència Valenciana de Turisme. 2007

En la Comunidad Valenciana existen 1.518 agencias de viajes, 772 de las cuales son sucursales y el resto, 746 son casas centrales.

Más de la mitad de las agencias de viajes se hallan ubicadas en la provincia de Valencia (814), seguida por la provincia de Alicante, con 578, mientras que Castellón cuenta únicamente con 126 puntos de venta, el 8,3% del total.

En la Comunidad Valenciana se hallan ubicadas 8 mayoristas, cuatro en Valencia y las otras cuatro en Alicante. Son las agencias minoristas las de mayor número, 643 repartidas principalmente entre Valencia y Alicante.

1.2.- NÚMERO DE AGENCIAS DE VIAJES EN LA PROVINCIA DE VALENCIA 2007.

ZONA	CASAS CENTRALES				SUCURSALES	TOTAL PUNTOS VENTA
	Mayoristas	Mayoristas Minoristas	Minoristas	TOTAL		
VALENCIA	1	36	142	179	206	385
LITORAL	0	3	55	58	37	95
INTERIOR	3	12	144	159	175	334
TOTAL	4	51	341	396	418	814

Fuente: Agencia Valenciana de Turisme. 2007

En la Provincia de Valencia existen 814 agencias de viajes, de las cuales, 418 son sucursales y 396 casas centrales.

El 47% de las agencias de viaje se hallan ubicadas en la ciudad de Valencia, distribuyéndose el resto entre las diversas localidades de la provincia. La apertura de por lo menos una sucursal o casa central minorista en buena parte de las poblaciones de la provincia, permite una mayor distribución geográfica de las agencias de viajes.

COMARCA	CASAS CENTRALES	SUCURSALES	TOTAL PUNTOS VENTA
El Rincón de Ademuz	1	1	2
Los Serranos	1	1	2
El Camp de Túria	13	14	27
El Camp de Morvedre	15	10	25
L'Horta Nord	24	20	44
L'Horta Oest	44	46	90
València	179	206	385
L'Horta Sud	28	29	57
La Plana de Uriel-Requena	6	3	9
La Hoya de Buñol	3	4	7
El Valle de Cofrentes	2	0	2
La Ribera Alta	23	40	63
La Ribera Baja	9	12	21
La Canal de Navarrés	1	1	2
La Costera	9	9	18
La Vall d'Albaida	15	7	22
La Safor	23	15	38

1.3.- DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA COMUNIDAD VALENCIANA 2007.

PROVINCIA ALICANTE

Municipio	Casas centrales				Sucursales	Total Puntos de Venta
	Mayoristas	Minoristas	Mayoristas Minoristas	TOTAL		
Alacant	1	40	13	54	70	124
Albàtera	0	1	0	1	1	2
Alcoi	0	10	1	11	10	21
Alfafara	0	0	1	1	0	1
Alfàs del Pi, l'	0	7	2	9	3	12
Algorfa	0	0	0	0	1	1
Almoradí	0	2	0	2	4	6
Altea	0	5	1	6	2	8
Aspe	0	1	0	1	2	3
Banyeres de Mariola	0	1	1	2	1	3
Benejuzar	0	1	0	1	0	1
Benidorm	1	22	13	36	24	60
Benijófar	0	1	0	1	0	0
Benissa	0	0	0	0	2	2
Biar	0	2	0	2	0	2
Bigastro	0	0	0	0	1	1
Callosa de Segura	0	2	0	2	1	3
Callosa d'en Sarrià	0	0	0	0	2	2
Calp	0	5	2	7	5	12
Campillo, El	0	3	0	3	4	7
Castalla	0	1	0	1	2	3
Catral	0	0	0	0	1	1
Cocentaina	0	3	0	3	2	5
Cox	0	1	0	1	2	3
Crevillent	0	0	0	0	4	4
Dénia	2	10	1	13	5	18
Dolores	0	1	0	1	1	2
Elda	0	10	0	9	10	20
Elx	0	31	2	33	28	61
Gata de Gorgos	0	0	0	0	1	1
Guardamar del Segura	0	3	0	3	2	5

Municipio	Casas centrales				Sucursales	Total Puntos de Venta
	Mayoristas	Minoristas	Mayoristas Minoristas	TOTAL		
Ibi	0	4	0	4	5	9
Monforte del Cid	0	0	0	0	2	2
Monòver	0	3	0	3	0	3
Montesinos, Los	0	2	0	2	0	2
Muro de Alcoy	0	3	0	3	0	3
Mutxamenl	0	1	0	1	2	3
Novelda	0	3	0	3	4	7
Nucia, La	0	2	0	2	2	4
Ondara	0	1	0	1	2	3
Onil	0	1	0	1	2	3
Orihuela	0	3	0	3	12	15
Pego	0	1	0	1	1	2
Petrer	0	8	0	8	4	12
Pilar de la Horadada	0	0	0	0	2	2
Pinoso	0	1	0	1	0	1
Rafal	0	0	0	0	1	1
Redován	0	1	0	1	0	1
Rojales	0	2	0	2	4	6
San Fulgencio	0	1	0	1	1	2
San Miguel de Salinas	0	1	0	1	1	2
Sant Joan d'Alacant	0	2	0	2	4	6
Sant Vicent del Raspeig	0	9	0	9	11	20
Santa Pola	0	5	0	5	5	10
Sax	0	1	0	1	1	2
Teulada	0	8	0	8	1	9
Torreveja	0	15	0	15	12	27
Vila Joiosa, La	0	4	0	4	2	6
Villena	0	3	0	3	8	11
Xàbia	0	6	1	7	1	8
Xixona	0	1	0	1	0	1
TOTAL	4	255	38	297	281	578

PROVINCIA CASTELLÓN

Municipio	Casas centrales				Sucursales	Total punto de venta
	Mayoristas	Minoristas	Mayoristas Minoristas	TOTAL		
Alcalà de Xivert	0	1	0	1	2	3
Alcora, L'	0	1	0	1	2	3
Almassora	0	4	0	4	1	5
Almenara	0	1	0	1	0	1
Altura	0	1	0	1	0	1
Benicarló	0	2	0	2	5	7
Benicasim	0	3	1	4	0	4
Betxí	0	0	0	0	1	1
Burriana	0	3	0	3	4	8
Castelló de la Plana	0	21	1	22	23	45
Morella	0	0	0	0	1	1
Nules	0	1	0	1	2	3
Onda	0	2	0	2	4	6
Oropesa	0	0	1	1	1	2
Peñíscola	0	1	1	2	3	5
Sant Joan de Moró	0	0	0	0	1	1
Segorbe	0	2	0	2	2	4
Vall d'Uixó, La	0	1	1	2	5	7
Villa Real	0	1	0	1	11	12
Vinaròs	0	2	1	3	5	8
Total	0	47	6	53	73	126

Fuente: Agència Valenciana de Turisme.

PROVINCIA VALENCIA

Municipio	Casas centrales				Sucursales	Total Punto de Venta
	Mayoristas	Minoristas	Mayoristas Minoristas	TOTAL		
Ademuz	0	1	0	1	1	2
Aielo de Malferit	0	1	0	1	0	1
Alaquàs	0	4	0	4	3	7
Albaida	0	3	0	3	0	3
Albal	0	1	0	1	2	3
Albalat de la Ribera	0	0	0	0	1	1
Alberic	0	2	0	2	1	3
Alboraya	0	4	0	4	2	6
Alcàsser	0	0	0	0	2	2
Alcúdia, L'	0	3	0	3	4	7
Aldaia	0	7	0	7	5	12
Alfafar	0	3	0	3	3	6
Algemesí	0	2	0	2	3	5
Alginet	0	0	1	1	4	5
Almàssera	0	1	0	1	0	1
Almussafes	0	1	0	1	4	5
Alzira	0	4	1	5	13	18
Aras de los Olmos	0	1	0	1	0	1
Ayora	1	1	0	2	0	2
Benaguasil	0	1	0	1	0	1
Benetússer	1	4	0	5	1	6
Benifaió	0	2	0	2	3	5
Benigànim	0	1	0	1	0	1
Beniparrell	0	0	1	1	0	1
Bétera	0	2	0	2	2	4
Bocairent	0	1	0	1	0	1
Buñol	0	1	0	1	0	1
Burjassot	0	2	0	2	5	7
Canals	0	2	0	2	1	3
Canet d'en Berenguer	0	0	0	0	1	1
Carcaixent	1	1	0	2	6	8
Carlet	0	1	0	1	2	3

Municipio	Casas centrales				Sucursales	Total Punto de Venta
	Mayoristas	Minoristas	Mayoristas Minoristas	TOTAL		
Castelló de Rugat	0	1	0	1	0	1
Catadau	0	1	0	1	1	2
Catarroja	0	5	0	5	5	10
Cheste	0	2	0	2	1	3
Chiva	0	0	0	0	3	3
Cullera	0	5	0	5	0	5
Eliana, L'	0	3	0	3	3	6
Enguera	0	0	0	0	1	1
Foios	0	2	0	2	0	2
Gandia	0	13	0	13	11	24
Godella	0	0	0	0	3	3
Guadassuar	0	1	0	1	1	2
La Llosa de Ranes	0	1	0	1	0	1
Llíria	0	3	0	3	5	8
Manises	0	4	0	4	4	8
Massamagrell	0	3	0	3	0	3
Massanassa	0	3	0	3	2	5
Mediana	0	2	0	2	2	4
Mislata	0	7	1	8	5	13
Moixent	0	1	0	1	0	1
Moncada	0	3	0	3	3	6
Monserrat	0	2	0	2	0	2
Museros	0	1	0	1	0	1
Navarrés	0	1	0	1	0	1
Oliva	0	5	0	5	2	7
Ollería, L'	0	2	0	2	1	3
Ontinyent	0	5	1	6	6	12
Paiporta	0	3	0	3	6	9
Paterna	0	5	3	8	9	17
Picanya	0	0	0	0	1	1
Picassent	0	1	1	2	3	5
Pobla de Farnals, La	0	1	0	1	0	1
Pobla de Vallbona, La	0	1	0	1	3	4

Municipio	Casas centrales				Sucursales	Total Punto de Venta
	Mayoristas	Minoristas	Mayoristas Minoristas	TOTAL		
Pobla Llarga, La	0	0	0	0	1	1
Polinyà de Xúquer	0	0	0	0	1	1
Pujol	0	1	0	1	3	4
Puig	0	1	0	1	0	1
Quart de Poblet	0	5	0	5	2	7
Rafelbunyol	0	1	0	1	0	1
Requena	0	2	0	2	1	3
Riba-roja del Túria	0	1	1	2	1	3
Sagunt	0	13	2	15	9	24
San Antonio de Benagéber	0	0	0	0	2	2
Sedaví	0	1	2	3	1	4
Silla	0	2	0	2	4	6
Sollana	0	0	0	0	1	1
Sueca	0	3	0	3	5	8
Tavernes Blanques	0	2	0	2	2	4
Tavernes de la Valldigna	0	1	1	2	2	4
Torrent	0	5	0	5	9	14
Turís	0	0	0	0	1	1
Uriel	0	3	0	3	1	4
València	1	142	36	179	206	385
Venta del Moro	0	1	0	1	0	1
Villalonga	0	2	0	2	0	2
Vilamarxant	0	1	0	1	0	1
Villanueva de Castellón	0	1	0	1	0	1
Xàtiva	0	5	0	5	8	13
Xeraco	0	1	0	1	0	1
Xirivella	0	3	0	3	6	9
TOTAL	4	341	51	396	418	814

Fuente: Agència Valenciana de Turisme.

**1.4.- AGENCIAS DE VIAJES EN LA PROVINCIA DE VALENCIA
CON DOS O MÁS PUNTOS DE VENTA.**

AGENCIA DE VIAJE *	PUNTOS DE VENTA
Viajes El Corte Inglés, S.A.	24
Viajes Halcón, S.A.	21
Viajes Iberia, S.A.	20
Viajes Zafiro Tours, S.A	19
Viajes Amazona, S.L.	18
Picasentour, S.L.	17
Viajes Marsans, S.A.	16
Viajes Gheisa, S.L.	15
Viajes Ecuador, S.A.	12
Transvia Tours, S.L.	11
Viajes Barceló, S.L.	9
Viajes Ibermar S.L.	4
Viajes Ultramar Express, S.A.	4
Viajes Ibermar S.L.	4
Quo Viajes, S.L	4
Viajes Guía, S.L.	3
Viajes Levante Tours, S.A.	3
Viajes Crisol	3
Viajes Agullo, S.L.	3
Viajes Internacional Expreso, S.A.	3
Viajes Orange, S.A.	3
Viajes Tabora Tours, S.A.L.	3
Viajes Gandía, S.L.	3
Viajes Yssel, S.A.	3
Cwt Viajes de Empresa, S.A.	2
Frontier Pacific Tours, S.L.	2
Viajes Gulliver, S.L.	2
Dela Viajes, S.L.	2
Viajes Simeon, S.L.	2
Hippo Viajes, S.L.	2
Finantravel, S.A.	2
Abm Viajes, S.A.	2
S.XXI Atlantida New Viajes	2
Viajes Cullera, S.A	2
Unlimited Youth & Student Travel	2
Viajes Benetur, S.A.	2
Viajes Cuspide, S.L.	2
Viajes Idus, S.L.	2
Viajes Laimar, S.A.L.	2
Viajes Vacanca, S.A.	2
Viajes Zuñiga, S.L.	2
Vitaltour, S.L.	2

AGENCIA DE VIAJE *	PUNTOS DE VENTA
Orgaz Viajes	2
Digital Viajes, S.L.	2
Ridocci Viajes, S.L.	2
Mago Tours, S.L.	2
Viajes Martravel, S.L.	2
Congress XXI, S.A.	2
History Travel S.A.	2
Ribermoon Tours S.L.	2
Viajes Mundo Austral S.L.	2
Viajes Acacia, S.A.	2
Lion Tours, S.L.	2
Viajes Agadir	2
Barceló business, S.A	2
Euro Zarzo Tours, S.L	2

* Agencias de Viaje con dos o más puntos de venta.
Fuente: Elaboración propia en base al censo.

1.5.- EVOLUCIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA COMUNIDAD VALENCIANA 1989-2007.

Años	Casas Centrales	Sucursales	Total puntos de venta
1989	172	216	388
1990	183	238	421
1991	210	231	441
1992	197	220	417
1993	205	238	443
1994	223	274	497
1995	240	295	535
1996	249	331	580
1997	275	384	659
1998	314	412	726
1999	340	441	781
2000	363	458	831
2001	388	522	910
2002	416	540	956
2003	433	584	1.017
2004	472	608	1.080
2005	539	685	1.224
2006	611	739	1.350
2007	746	772	1.518

Fuente: Elaboración propia según datos extraídos de "El Turismo en la Comunidad Valenciana", editado por la Conselleria de Industria, Comercio y Turismo, de los años 1988-1994 y de la Agència Valenciana de Turisme para los siguientes años.

En los diez últimos años se han abierto, en términos netos (aperturas menos cierres), 859 agencias de viajes, lo que implica que se ha más que duplicado su número. En términos relativos, el crecimiento del número de agencias de viaje en la Comunidad Valenciana ha alcanzado, en dicho período, una tasa media anual del 9,2%.

A lo largo de todo el período analizado, la evolución ha sido claramente ascendente, salvo en el año 1992, en el que el número de agencias de viajes se redujo. Asimismo, en 2007, se alcanzó un incremento histórico: 168 nuevos puntos de venta respecto al año anterior.

1.6.- EVOLUCIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA PROVINCIA DE VALENCIA 1989- 2007.

AÑOS	CASAS CENTRALES				SUCURSALES	Total Puntos de Venta
	Mayoristas	Minoristas	Mayoristas-Minoristas	TOTAL		
1989	2	67	5	74	78	152
1990	2	73	5	80	86	166
1991	4	84	5	93	90	183
1992	3	84	5	92	99	191
1993	3	93	5	101	108	209
1994	3	99	5	107	128	235
1995	4	103	6	113	142	255
1996	4	102	10	116	170	286
1997	4	116	13	133	190	323
1998	3	133	15	151	214	365
1999	4	146	23	173	237	410
2000	5	158	22	185	253	438
2001	7	155	31	193	285	478
2002	5	166	36	207	285	492
2003	5	177	38	220	302	522
2004	4	199	39	242	316	558
2005	4	226	44	274	359	633
2006	4	269	45	318	396	714
2007	4	341	51	396	418	814

Fuente: Elaboración propia en base a datos facilitados por la Conselleria de Industria, Comercio y Turismo. Años 1988-1994 y Agència Valenciana del Turisme para los años siguientes.

En la última década, la oferta de agencias de viajes en la provincia de Valencia ha experimentado un crecimiento espectacular, con una media anual del 10%, lo que ha permitido contar con un número total de puntos de venta 2,5 veces mayor.

Durante el ejercicio 2007, el total de puntos de venta aumentó respecto al año anterior en 100 unidades –un crecimiento interanual del 14%-, gracias al aumento tanto de sucursales como de casas centrales en la provincia.

2.- LAS EMPRESAS DEL SECTOR.

2.1.- EL SECTOR DE AGENCIAS DE VIAJE EN ESPAÑA.

Según el DIRCE (Directorio General de Empresas, del INE), el sector de agencias de viaje en España se compone de 9.885 empresas.

Desde una perspectiva geográfica, la mayor concentración de empresas, y por tanto del sector, se encuentra en Madrid, donde se ubican el 21,6% del total, seguido de Andalucía, con el 18,7% de las empresas y de Cataluña, con el 16,2%.

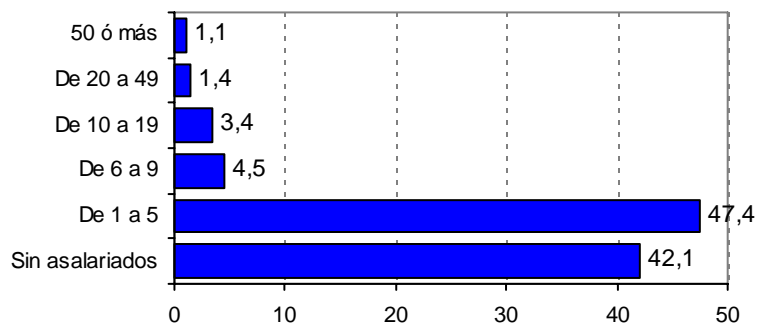
La Comunidad Valenciana se encuentra en el cuarto lugar del ranking, con el 9,6% de las empresas. Las regiones con menor presencia en el sector son La Rioja, con un 0,4%, Ceuta y Melilla, con el 0,4%, y Navarra, con el 0,7%.

CCAA	Número de agencias	% / total
Andalucía	1.853	18,75
Aragón	175	1,77
Asturias	167	1,69
Baleares	480	4,86
Canarias	772	7,81
Cantabria	92	0,93
Castilla León	234	2,37
Castilla La Mancha	368	3,72
Cataluña	1.605	16,24
Comunidad Valenciana	946	9,57
Extremadura	143	1,45
Galicia	342	3,46
Madrid	2.131	21,56
Murcia	149	1,51
Navarra	72	0,73
País Vasco	280	2,83
La Rioja	36	0,36
Ceuta y Melilla	40	0,40
TOTAL	9.885	100,00

Fuente: DIRCE

El sector se compone de pequeñas empresas y de microempresas. Así, cerca de la mitad de las agencias del sector, en concreto el 47,4%, tienen entre 1 y 5 asalariados, y otro 42,1% no tiene asalariados, si bien este último grupo está sobredimensionado debido a que incluye profesionales ligados a esta actividad: guías turísticos, animadores, etc.

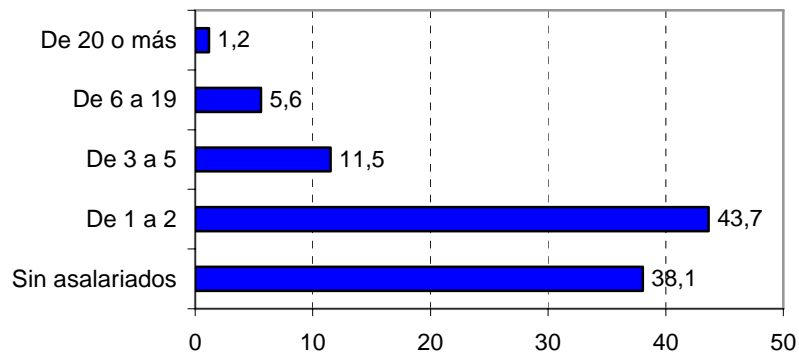
**Agencias de viajes en España, según tamaño
(%/ total)**



En 2007 únicamente existían en España 10 agencias con más de 500 empleados en su plantilla.

En la Comunidad Valenciana todo son Pymes, no hay empresas con más de 200 empleados. Así, el 38% de las agencias no tiene asalariados y sólo el 1,2% dispone de más de 20. Únicamente hay dos empresas que tienen entre 100 y 200 asalariados.

**Agencias de viajes en la Comunidad Valenciana, según
tamaño (% del total)**



2.2.- INTEGRACIÓN VERTICAL DE LOS PRINCIPALES GRUPOS DE VIAJES EN ESPAÑA.

2007*	Grupo Marsans*	Globalia Corporación	Orizonia*	Grupo Barceló	Grupo Piñero
Minoristas	- Viajes Marsans	- Halcón Viajes - Viajes Ecuador	- Viajes Iberia	- Viajes Barceló - Barceló Business Travel	
Mayoristas, tour-operadores receptivos y centrales de reserva	- Mundicolor	- Travelplan	- Iberoservice - Iberojet y TTOO		- Soltour
Hoteles	- Hotetur	- Oasis		-Barceló Hotels & Resort	-Hoteles Piñero - Bahía Príncipe
Transporte	- Grupo Trapsa -Aerolíneas Argentinas - Air plus	- Air Europa - Pepe Car - Groundforce	- Iberworld - Iberocruceros		
Otras empresas	- Pepetravel.com		- Viajar.com - Rumbo		

Fuente: Editur

* Principales empresas

La evolución de los cuatro grandes grupos turísticos españoles –Globalia, Marsans, Orizonia y Barceló- confirma que nos acercamos al fin de una etapa. En la nueva era del turismo, en que la oferta crece sin parar y las facilidades para viajar se incrementan continuamente (compañías aéreas de bajo coste, reservas por Internet...), los grupos turísticos se alejan progresivamente de sus orígenes, en los que era necesario y rentable proveer al turista de todos los servicios que éste podía necesitar.

Se trata de un giro estratégico que lleva a una mayor especialización en determinados subsectores (alojamiento, comercio y marketing, transporte...). En este sentido, las pretensiones de ir al negocio vertical y de operar en todos los subsectores de la cadena van quedando cada vez más atrás.

De este modo, en 2007 el grupo Marsans ha sido el que más ha cambiado su configuración como consecuencia de la venta de varias empresas, entre las que destaca Spanair. Además, al ranking de los grandes se suma el Grupo Piñero, situándose por delante de Transhotel y Serhs.

Facturación de los grupos turísticos en el mercado español

La concentración del sector turístico español volvió a crecer en 2007. Así, los siete grandes grupos turísticos facturaron un total de 13.342 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 15% respecto al año anterior. Asimismo, esta concentración podría acentuarse considerablemente si prosperara el intento de compra de Globalia por parte de Orizonia (primer grupo y tercero en el ranking, respectivamente).

El Ranking Hosteltur de Grupos Turísticos, está integrado por los cuatro grandes grupos de integración vertical del mercado español (Globalia, Marsans, Orizonia y Barceló), a los que se han incorporado en los últimos años el Grupo Piñero, Transhotel y Serhs, que, aunque generan volúmenes de ventas menores, cuentan también con varias empresas que desarrollan su actividad en diferentes segmentos del turismo.

A la cabeza del ranking se sitúa, de nuevo, Globalia, cuya facturación el pasado año superó los 4.000 millones, un incremento del 13,7% en relación a 2006.

El segundo lugar es para el grupo Marsans, con una facturación de 3.564 millones, un 12% más que el año anterior.

Aunque es relativamente nuevo, el grupo Orizonia (resultado de la venta de Iberostar a la empresa de capital riesgo Carlyle y otros socios de su división emisora), alcanza la tercera posición del ranking, siendo, además, el grupo turístico que más creció en 2007. Éste obtuvo unas ventas de 2.676 millones de euros, creciendo un 24,6% en un año.

Le sigue el grupo Barceló, el cual se ha embarcado en una nueva estrategia de modernización de la imagen y ha llevado a cabo una operación de fusión con American Express Travel. Barceló alcanzó, en 2007, unas ventas de 1.675 millones de euros y un crecimiento del 8%, el menor de todos los grupos turísticos.

En 2007 se incorporó al ranking el Grupo Piñero, más conocido por el nombre de su turoperador, Soltour, con una facturación de casi 600 millones de euros y un crecimiento del 12%, mostrando, así, la solidez del grupo.

Las últimas posiciones del ranking las ocupan Transhotel y el grupo catalán Serhs, los cuales experimentaron el pasado año, grandes crecimientos en sus ventas (18,8% y 22,6%, respectivamente), facturando entre los dos un total de 735 millones de euros.

Ranking Hosteltur de grupos turísticos. 2007

Grupo turístico	Facturación (millones de euros)	% var. 07/06
Globalia	4.093	13,7
Marsans	3.564	12,0
Orizonia	2.676	24,6
Barceló	1.675	8,0
Grupo Piñero	599	12,2
Transhotel	501	18,8
Serhs	234	22,6
TOTAL	13.342	14,8

Fuente: Hosteltur

2.3.- RANKING DE LAS 7 PRIMERAS AGENCIAS DE VIAJES ESPAÑOLAS POR VENTAS. 2007

AGENCIA	Facturación	% var. 07/ 06	Nº Oficinas
Viajes El Corte Inglés	2.140	10%	575
Viajes Halcón - Ecuador	1.507	5%	1.403
Viajes Marsans	1.187	9%	850
Viajes Iberia	872	8%	620
Barceló Viajes	673	17%	400
Carlson Wagonlit Travel	585	4%	140
Viajes Eroski	258	7%	269
TOTAL	7.222	9%	4.257

Fuente: Hosteltur. Cifras de facturación en millones de euros.

Durante 2007 las siete grandes redes de agencias de viajes del mercado español sumaron unas ventas de 7.222 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 10% respecto a los 6.690 millones de euros facturados en 2006. Esta cifra representa más de la mitad del total del sector, estimado en 12.000 millones de euros y compuesto por cerca de 4.000 empresas.

El número de oficinas abiertas por las grandes, en cambio, ha disminuido considerablemente. Mientras que en 2006, éstas abrieron más de 400 oficinas, en 2007, esta cifra sólo alcanzó las 330. A pesar de ello, el crecimiento de oficinas de las agencias está totalmente protagonizado por las grandes redes, ya que el resto del sector registró más cierres que aperturas. En conjunto, el crecimiento del sector respecto a 2006 fue del 0,5%.

En cuanto al ranking, mantiene el mismo orden que en 2006. Sigue estando liderado por Viajes El Corte Inglés, que facturó 2.140 millones de euros, un 10% más que en 2006. En segundo lugar está el grupo Globalia con sus agencias Halcón y Ecuador, con unas ventas de 1.507 millones de euros. El tercer lugar lo ocupa Marsans Viajes, cuya facturación alcanzó los 1.187 millones de euros.

Estos buenos resultados de las grandes contrastan con las crisis que están viviendo las pequeñas agencias de viajes, consecuencia tanto de la drástica reducción de las comisiones transportistas (aerolíneas, RENFE y Trasmediterránea), como del crecimiento de las ventas por Internet.

2.4.- LAS AGENCIAS DE VIAJES EN INTERNET

Una agencia online debería ser aquella en la que se ofrecen todos los servicios que presta una agencia de viajes, pero a través de Internet, y en la que realmente el cliente puede hacer la compra online, en tiempo real, mientras la facturación de la agencia es inmediata a través de la red.

Según Amadeus, principal Sistema de Distribución Global (GDS) en España, las reservas aéreas realizadas a través de agencias online suponían, en 2007, el 19% del total de reservas (36,9 millones), frente al 1,7% de 2003. En cifras absolutas, las reservas online alcanzaban los 7,1 millones y un crecimiento del 45% respecto a 2006. Este porcentaje refleja una moderada ralentización en el ritmo de crecimiento si se compara con los niveles registrados en años anteriores: en 2004 y 2005 el crecimiento alcanzaba el 130% y, en 2006, el 85% interanual.

Asimismo, Amadeus espera que continúen creciendo e incrementando su peso en el sector, pero a un ritmo menor que en ejercicios anteriores. Así, la previsión es que las online alcancen una presencia de en torno al 23-25% para finales de 2008.

Este importante desarrollo de la actividad en la red se debe a las ventajas que ofrece la compra online. Entre ellas destacan:

- Mejor adaptación a las necesidades del viajero, en cuanto que posibilita la libre selección y posterior elección de las mejores ofertas.
- Reducción del precio del viaje: el cliente puede ponerse en contacto directamente con el proveedor del servicio turístico, evitando los costes de las comisiones impuestas por minoristas y distribuidores internacionales.
- Mejor acceso a la información: Internet ayuda además de a seleccionar el viaje, a obtener información más amplia sobre el lugar de destino (qué visitar, tarifas, horarios, mapas, alojamiento...).

Estas facilidades son las que han impulsado la difusión de la emisión de billetes aéreos a través de Internet. De este modo, España se sitúa como líder europeo en implantación de *e-ticket*: el 97% de los billetes emitidos en 2007 son electrónicos. Esta cifra supera en más de siete puntos la alcanzada el año anterior, elevando a España a la tercera posición en el ranking mundial, tan sólo por detrás de Estados Unidos y China. La implantación del billete electrónico permite a las agencias una notable reducción de costes y una oportunidad de negocio gracias a que son más fáciles de emitir, más difíciles de falsificar y facilitan la implantación de terminales de autofacturación en los aeropuertos.

Los resultados de las agencias de viaje online también reflejan el auge de este segmento en los últimos años. En este sentido, las ocho primeras agencias online en España han facturado de forma conjunta un total de 838 millones de euros durante 2006. Esta cifra ha resultado ser un 31,3% superior a la registrada en 2005. A pesar de ser unas cifras positivas, el ritmo de crecimiento de la facturación ha descendido considerablemente respecto a años anteriores, en los que se lograron porcentajes tan elevados como un 118% en 2005 y un 141% en 2004.

eDreams se erige, un año más, como la agencia que mayores ingresos registró en 2006, con un total de 210 millones de euros, un 76% más que el año anterior. Rumbo Tours, por su parte, también repite la segunda posición en el ranking.

Le sigue la agencia Viajar.com, que en 2006 sube una posición para situarse la tercera en volumen de facturación, con unos ingresos totales de 120 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 50% respecto a 2005.

Cabe destacar, el espectacular crecimiento en el volumen de ventas de Logitravel que asciende al 266% interanual, sumándose de este modo a las ocho mayores agencias online en España.

No obstante, el creciente volumen de ingresos que están registrando las agencias online, no las convierte todavía en competencia real de las agencias tradicionales de viajes en España, las cuales ingresan anualmente casi 12.000 millones de euros de forma conjunta.

Principales agencias de viajes online. 2006

Agencia	Facturación (Millones de euros)	Var 06/05 (%)
eDreams	210	76
Rumbo Tours	200	27
Viajar.com	120	50
Atrapalo.com	101	140
Terminal A	96	100
MuchoViaje.com	70	75
Destinia.com	25	53
Logitravel	16	266

Fuente: Hosteltur.

El auge de la distribución online ha provocado que muchos proveedores utilicen Internet para ofrecer sus productos sin necesidad de intermediarios. De este modo, la venta de productos turísticos deja de ser un producto exclusivo de las agencias online. Los sectores que más han aprovechado esta oportunidad de negocio son las aerolíneas (sobre todo las de bajo coste), que vienen llevando la

delantera por su amplia experiencia en la venta directa; los hoteles y, cada vez más, las empresas de alquiler de coches. Así, el 86% de los hoteleros considera que en los próximos tres años sus clientes preferirán reservar en sus páginas web en vez de hacerlo a través de una agencia de viajes online. Además, las aerolíneas prevén ahorrar un 25% más en las comisiones que pagan a los distribuidores. Sin embargo, el sector de cruceros prevé mantener su mayor volumen de ventas a través de las agencias, no sólo por el tipo de productos sino por los elevados costes de los mismos.

Ranking de medición de audiencia de las agencias online

Agencia de viaje	Nº de usuarios
eDreams	2.111
Muchoviaje	2.095
atrapalo.com	2.092
Rumbo	1.359
lastminute.com	1.210
Priceline	993
Logitravel	945
Orbitz	885
Ya.com Viajar	858
Destinia.com	852

Fuente: Hosteltur. *Datos en miles. Febrero 2008

El ranking de audiencias correspondiente a febrero de 2008 señala a eDreams como la agencia con más usuarios únicos, alcanzando los 2,1 millones de usuarios.

La segunda compañía en la lista es Muchoviaje, con 2 millones de usuarios. Le sigue muy de cerca atrapalo.com, con prácticamente el mismo número de visitantes. El resto de agencias se sitúan por debajo de los 2 millones de usuarios. Las primeras posiciones del ranking casi no varían respecto a los últimos años.

3.-SITUACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

3.1.- CARACTERÍSTICAS SOCIO - LABORALES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES.

Volumen de empleo

Según la Encuesta Anual de Servicios, el personal ocupado en las agencias de viajes a 30 de septiembre de 2006 se cifra en 58.500 trabajadores (un 7% más que en 2005), lo que representa el 4,1% del personal ocupado en el sector turismo en España. Prácticamente todos sus trabajadores son asalariados (el 90%).

El empleo en este tipo de actividades tiene un fuerte componente estacional.

Evolución del empleo en las agencias de viajes

Año	Nº de trabajadores	%Variación
1998	34.225	--
1999	37.812	10,5
2000	41.397	9,5
2001	44.820	8,3
2002	47.000	4,9
2003	49.282	4,9
2004	53.083	7,7
2005	54.653	2,9
2006	58.500	7,0

Fuente: Encuesta Anual de Servicios. INE

La evolución del empleo en las agencias de viajes, en términos absolutos, es creciente a lo largo del periodo analizado. No obstante, se observa una desaceleración en el ritmo de crecimiento, al pasar del 10,5% de 1999 al 2,9% de 2005, para volverse a recuperar en 2006 (7%).

Principales características del empleo

Los trabajadores de agencias de viajes son mayoritariamente mujeres: 67,8%. Este predominio se manifiesta principalmente en todos los puestos del área técnica o de producto y en el personal administrativo. Los técnicos de administración, la dirección y el área comercial están ocupados mayoritariamente por hombres.

- Los trabajadores de las agencias de viajes son más jóvenes que los de la hostelería. Siete de cada ocho trabajadores son menores de 40 años. La media de edad más joven se encuentra en el área técnica o de productos y en el área comercial.
- Los empleados de las agencias de viajes tienen una experiencia de trabajo limitadas en el sector. Únicamente un tercio de ellos cuenta con más de cinco años de trabajo en esta actividad, porcentaje significativamente inferior al que presentan otras actividades del sector turismo.

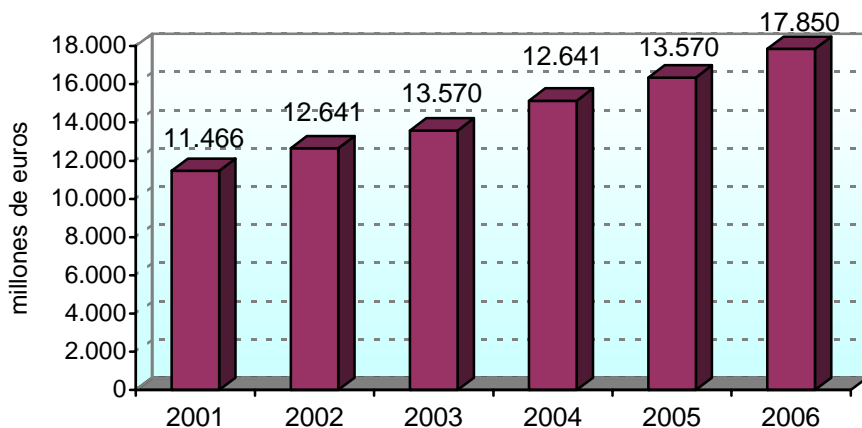
- Existe un alto nivel de rotación. Al igual que en la hostelería, el 65% de los trabajadores ha cambiado de trabajo en los últimos años sin finalizar su contrato, en busca de mejoras en las condiciones de trabajo.
- Las agencias de viajes gozan de estabilidad en el empleo, dado que el 68% del personal contratado es fijo, porcentaje superior al del resto de subsectores del sector turismo (que se sitúan en torno al 55%). La mayor precariedad se observa en los puestos de receptivo normalmente vinculados a zonas turísticas y en los que el carácter estacional de la actividad se deja sentir con mayor intensidad.

3.2.- EL VOLUMEN DE NEGOCIO DE LAS AGENCIAS DE VIAJE

El volumen de negocio del subsector de agencias de viaje en España se elevó en 2006 a 17.850 millones de euros, según la Encuesta anual del sector servicios realizada por el INE. Esta cifra supone el 23,4% del total de negocio del sector turismo.

A pesar de que el volumen de ventas sigue una tendencia creciente durante todo el período, se observa una ralentización en el ritmo de crecimiento, especialmente desde 2004, cuando el crecimiento fue del 11,5% interanual, mientras que en 2006 tan sólo se alcanzó el 9,2%.

Volumen de negocio de las Agencias de Viaje



Fuente: INE

3.3.- ESTRUCTURA DE EXPLOTACIÓN

La estructura media de los resultados de explotación, según la Encuesta anual de servicios del INE es la siguiente:

Resultados de explotación de las agencias de viaje

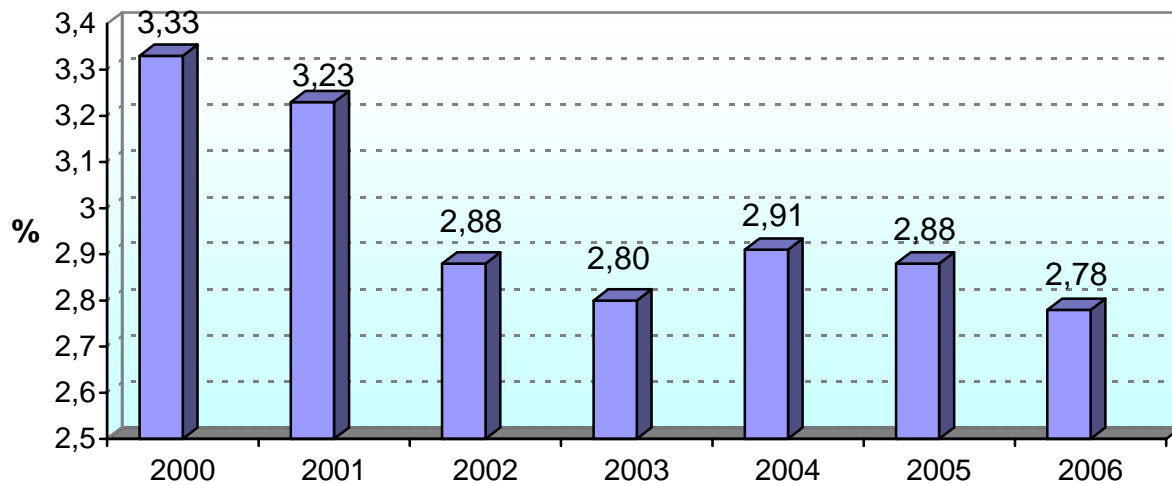
	2005	2006
+Volumen de negocio	16.347.856	17.859.600
+Variación de existencias	-38	-2.404
+Trabajos realizados para el inmovilizado	2.939	3.147
+ Otros ingresos de gestión	319.202	389.434
- Consumo de mercaderías	10.046.820	11.237.127
- Trabajos realizados por otras empresas	3.028.556	3.131.987
Valor de producción	3.594.582	3.880.663
- Consumo de materias primas y otros	780.290	742.827
- Gastos en servicios exteriores	964.680	1.148.730
- Otros gastos de gestión	174.896	168.513
Valor añadido a precios de mercado	1.674.717	1.820.593
- Impuestos	7.986	7.725
+ Subvenciones a la explotación	7.682	4.068
Valor añadido a coste de los factores	1.674.413	1.816.935
- Gastos de personal	1.204.201	1.320.806
Excedente bruto de explotación	470.213	496.129

La característica principal de la cuenta de explotación de las agencias de viajes es el escaso **beneficio neto** sobre ventas que se obtiene. En efecto, el porcentaje del excedente de explotación sobre el volumen de negocio no llegó en 2006 al 3% (2,8%), cifra que supone un ligero retroceso respecto al bienio anterior. Este coeficiente contrasta con el de la media del sector turismo, en el que el excedente de explotación supone el 11,3% de las ventas totales.

Ello se debe fundamentalmente al elevado peso en el total de gastos denominados “consumo de mercaderías” y que corresponden a los servicios y comisiones pagados a terceros, los cuales absorben casi el 70% del total de la cifra de negocios. Sumando los gastos por trabajos realizados por otras empresas, el porcentaje alcanza casi el 80% de las ventas.

La siguiente partida en orden de importancia es la de **gastos de personal**, que se mantiene en torno al 7% de las ventas. Sin embargo, el peso de esta partida en la cuenta de explotación de las agencias de viajes es muy reducido si se compara con la media del sector turismo (24,1%).

Excedente de explotación sobre ventas



En definitiva, la **productividad** de las agencias de viajes (producción por empleado) sobrepasa los 30.000 euros (31.998 euros), una de las más elevadas dentro de las actividades del sector turismo. La evolución de la misma ha sido moderadamente positiva en los últimos años, con la excepción del ejercicio 2000 en el que se registró un ligero retroceso.

Principales coeficientes económicos y laborales

	2003	2004	2005	2006
Ocupados por empresa	6,3	6,4	6,3	6,2
Productividad (euros) ¹	29.904,1	30.296,4	31.775	31.998
Salario medio (euros)	18.498,8	18.656,6	19.871	20.303
Tasa de valor añadido ¹	45,8	45,1	46,6	46,8
Tasa de gastos de personal ¹	73,1	71,5	71,9	72,7

Fuente: INE

(1) Productividad = Valor añadido al coste de los factores/ ocupados.

Tasa de valor añadido = Valor añadido al coste de los factores/ valor de producción.

Tasa de gastos de personal = Gastos de personal/ valor añadido.