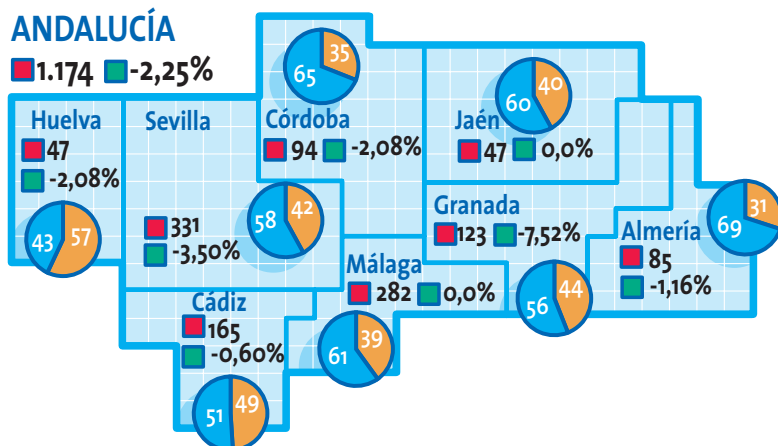


Andalucía

“Continuará el descenso en el número de agencias”

Pese a sufrir un decrecimiento del 2,25% en 2007, sigue siendo la tercera comunidad que más agencias concentra



Según José Luis González, director general de Viajes Caja San Fernando, “los cierres de agencias en Andalucía dejan ver que el sector se está viendo afectado por la evolución del negocio. Nos estamos enfrentando a reducciones tanto de márgenes como de facturación, por lo que los puntos de venta que no están muy bien situados es fácil que desaparezcan por el tipo de producto diferenciado que ofrecen o por su clientela”. González asegura que “hay agencias que resisten, pero estamos viendo cómo hasta las

grandes cadenas son mucho más cautelosas que antes a la hora de abrir nuevas oficinas. Por su parte, los independientes que se aventuran en este negocio esperan una rentabilidad más alta de la que realmente manejamos y no sobreviven demasiado tiempo. Por eso creo en el corto plazo se mantendrá el descenso en el número de agencias y aumentará la tendencia a la concentración. Otro factor que ha impactado en el negocio de las agencias es Internet, que ha favorecido mucho al consumidor porque

le facilita más información y le otorga mayor libertad. Pero hay segmentos de la oferta que la venta *online* no puede cubrir”. “Las agencias tradicionales debemos tener en cuenta todos estos factores y tratar de ofrecer lo que los clientes necesitan. Para ello los agentes estamos redimensionando la estructura de nuestras agencias amoldándolas a esta nueva realidad, controlando los costes al máximo para no perder rentabilidad, e invirtiendo en los desarrollos informáticos que nos permitan incorporarnos a la venta por Internet”.

Continuarán aumentando las ventas de billetes y las reservas de hoteles realizadas por ordenador, pero Internet nunca va a acarrear la desaparición de las agencias de viajes tradicionales

Viajes Caja San Fernando

José Luis González, director general

Asturias

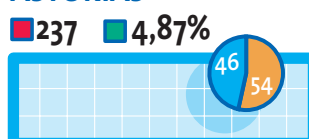
Las agencias crecen un 4,9%

Es la tercera comunidad que más incrementó porcentualmente el número de agencias de viajes, alcanzando los 237 puntos de venta

Asturias sumó once agencias de viajes en 2007, lo que supone un incremento del 4,9% respecto a 2006, muy en la línea del registro alcanzado el año anterior. Este importante crecimiento posiciona al Principado como la tercera comunidad que más aumentó el porcentaje de agencias en el pasado año, por detrás de la ciudad autónoma de Melilla y de

Murcia. Este crecimiento contrasta con la tendencia nacional al estancamiento del número de agencias e incluso a los leves decrecimientos en algunas zonas.

ASTURIAS



Estructura del mercado

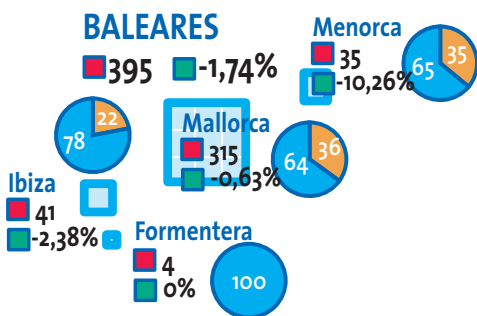
- >Actualmente existen en Asturias 237 agencias de viajes conectadas al sistema de Amadeus.
- >De ellas, 109 son pymes, lo que supone un 46% del total, porcentaje levemente inferior a la media del país.
- >El 54,3%, 128 oficinas, pertenecen a grandes cadenas de agencias de viajes.

Baleares

La tercera comunidad con más bajas

En 2007 se cerraron 7 oficinas en esta comunidad, lo que supone una disminución del 1,7%

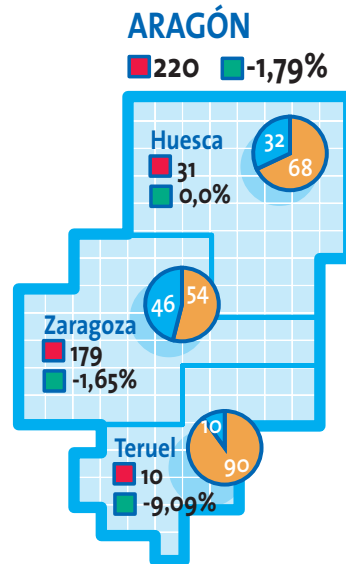
El decrecimiento que sufrió Baleares en 2007, fue el primero que se producía tras varios años de incremento de sus puntos de venta. Mallorca, con un peso del 80% en la comunidad, mantuvo prácticamente invariable su cifra de agencias, 315, tras registrar un leve retroceso del 0,6%. Por su parte, Menorca, isla en la que se concentra el 9% de las agencias, registró el mayor decrecimiento porcentual, superior al 10%. Ibiza tuvo un descenso del 2,38% y Formentera se mantuvo exactamente igual.



Aragón

Un ejemplo de concentración

126 agencias aragonesas, el 57,3%, pertenecen a grandes cadenas, más de 7 puntos porcentuales de diferencia con la media nacional



En esta comunidad las agencias experimentaron un leve decrecimiento del 1,8% en 2007, tras la baja de cuatro puntos de venta, hasta situarse en 220. Porcentualmente, el mayor descenso, un 9%, se registró en Teruel, si bien esta provincia sólo concentra el 4,5% de las agencias de Aragón. Por su parte, en Zaragoza, provincia con el 84% del total de puntos de venta aragoneses, se dieron tres bajas, situándose en 179 la cifra de agencias. Por último, Huesca se mantiene con 31 puntos, sin variación respecto a los dos últimos años. En cuanto a la estructura del mercado, continúa la tendencia a la concentración de las agencias en grandes cadenas, superando esta comunidad la media general del país. El 57,3% de las oficinas aragonesas son sucursales que pertenecen a grandes grupos, mientras que el 42,7% restante corresponde a agencias independientes.

Teruel, donde sólo una de sus diez agencias es pyme, es la provincia con mayor penetración de grandes cadenas. En Zaragoza la proporción es más equilibrada.

Canarias

“Internet no es un enemigo”

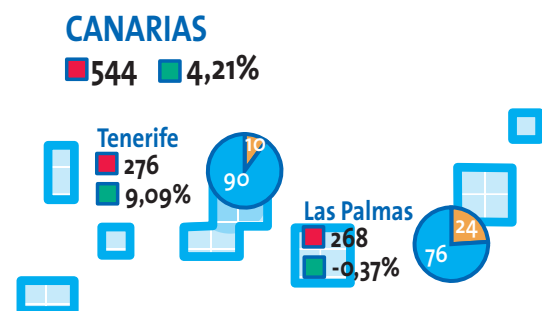
Es la comunidad autónoma con mayor número de aperturas

Jaime González Campos, director comercial de Viajes Insular, afirma que “el aumento de las agencias canarias demuestra que todavía este sector es un actor muy importante en el turismo. Con la llegada de Internet se dio a las agencias tradicionales por muertas, pero estamos comprobando que el *online* no es un enemigo, sino una herramienta muy útil”. “Por otra parte, –añade Campos– en los últimos años, hemos encontrado un nicho de mercado importante en los inmigrantes”.

En nuestra comunidad, por razones geográficas, tenemos mucha más necesidad de viajar que en el resto de España, y por ello los viajeros buscan la profesionalidad y el asesoramiento que los agentes de viajes les ofrecemos

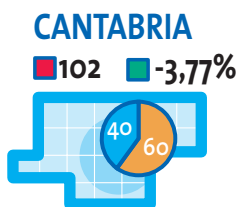
Viajes Insular

Jaime González Campos, director comercial



Cantabria Concentración mayor que la media nacional

El número de puntos de venta en esta comunidad registra un descenso del 3,8% en 2007



Cuatro agencias de viajes de Cantabria cerraron sus puertas el pasado año, situándose en 102 el total de puntos de venta conectados al sistema de Amadeus en esta comunidad, frente a los 106 existentes en 2006.

Los cierres de estas oficinas ocasionan un decrecimiento del 3,77%, lo que contrasta con la media nacional, situada en un crecimiento del 0,47%.

Tras estas variaciones, las agencias de Cantabria suponen el 1,1% del total del mercado nacional.

Pocos cambios en el sector

- > De las 61 agencias de viajes, el 60%, pertenecen a grandes empresas, diez puntos por encima de la media nacional.
- > La concentración ha aumentado un 1,5%, siguiendo el incremento medio nacional situado en el 1,1%.
- > El 40% restante, 41 puntos de venta, continúan siendo pymes.

Castilla y León Las agencias crecen un 1%

Con la apertura de cuatro nuevas oficinas, el incremento de los puntos de venta en esta comunidad se mantiene estable

Al cierre de 2007 el número de agencias en Castilla y León era de 368, un 4% del mercado nacional. Valladolid es la provincia de mayor peso en la comunidad, pues sus 106 agencias suponen el 29% del total. En segunda posición se sitúa León, con 65, cerca del 18% de las de la región. Salamanca y Burgos, con 57 y 56 oficinas, concentran cada una algo más del 15%. Le siguen en número de agencias Palencia, con 22; Zamora, con 18; Ávila y Segovia, con 17; y Soria, con diez.

En cifras absolutas, las provincias registraron variaciones entre una horquilla de -1 y +2 agencias de diferencia respecto a 2006.

En cuanto a la concentración del sector, 213 de las 368 agencias de la comunidad son sucursales de grandes cadenas, lo que supone cerca del 58% del total.

El 42% restante, 155 puntos de venta, son pequeñas agencias de viajes independientes o pymes.

La presencia de grandes cadenas en la región es superior a la media nacional en ocho puntos porcentuales.

Esta proporción difiere entre las provincias. Así, las pymes predominan en Palencia, con un 68% de las agencias. También en León y Segovia, donde la proporción entre éstas y los grandes grupos es más equilibrada. Zamora, Salamanca y Burgos cuentan con la mayor presencia de grandes grupos, con el 72%, el 70% y el 66%, respectivamente. En Soria y Valladolid la presencia de grandes grupos también es predominante, del 60%. Y en Ávila representan un 53%.

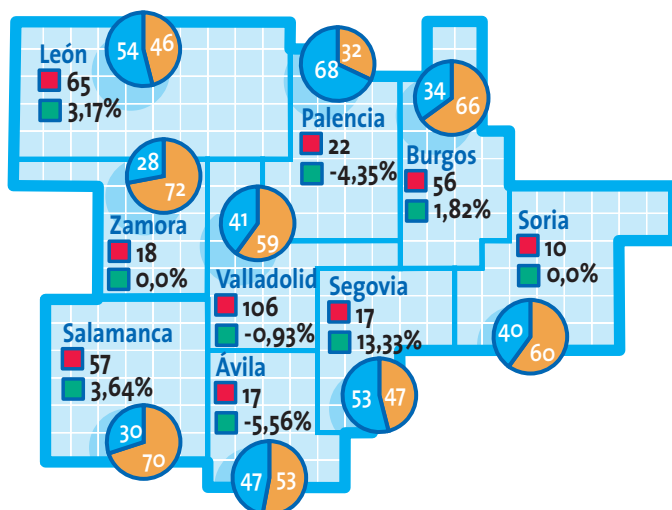
➔ **Pese a todo, el porcentaje de pymes en Castilla y León se ha incrementado en un 0,36%, contrastando con la tendencia nacional hacia la concentración**

Un crecimiento equilibrado

- > Con un incremento del 1%, la región se mantiene en línea con la media nacional.
- > Los crecimientos fueron muy dispares entre las provincias, como consecuencia de los pesos que cada una de ellas representa.
- > La que más creció fue Segovia, un 13%, y la que más decreció fue Ávila, un 5,6%.

CASTILLA Y LEÓN

■ 368 ■ 1,10%



Castilla-La Mancha

Todas las provincias crecen, excepto Cuenca

El año 2007 se cerró con un incremento del 2,9%, hasta alcanzar las 213 oficinas

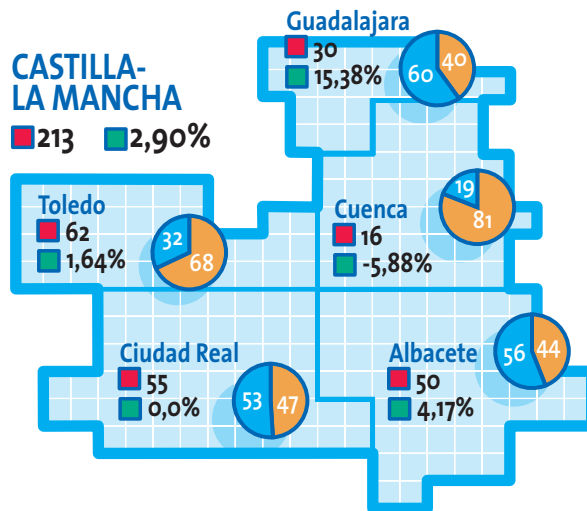
Con una baja, Cuenca fue la única provincia que rompió la tónica general de crecimiento en el número de puntos de venta que experimentó Castilla-La Mancha el pasado año.

Guadalajara fue la que obtuvo un mayor incremento porcentual en el número de oficinas, superior al 15%. Le siguen Albacete y Toledo, con crecimientos del 4% y 1,6%, respectivamente. Ciudad Real mantuvo invariable su parque de agencias. La estructura del mercado en esta comunidad mantiene su tendencia hacia la concentración.

De un total de 213 agencias conectadas a Amadeus, 115, el 54%, pertenecen a grandes cadenas, cuatro puntos por encima de la media nacional.

Si comparamos estos datos con los de 2006, el número de sucursales de grandes grupos crece en torno al 3'5%.

Como es habitual, la situación varía si se analiza cada provincia por separado. En Cuenca y Toledo predomina la concentración, el 81% y 68% del total de sus puntos de



venta, respectivamente, están en manos de grandes empresas, porcentajes muy por encima de la media del país. En cambio en Albacete, Ciudad Real y Guadalajara, las pymes continúan predominando y suponen el 56%, 52,7% y 60%, respectivamente.

➔ **La comunidad cerró 2007 con seis agencias más, lo que conlleva un crecimiento del 2,9%, más de dos puntos por encima de la media nacional.**

Distribución de las agencias

La provincia que más peso tiene es Toledo, con 62 oficinas, el 60% del mercado. El segundo lugar lo ocupa Ciudad Real, con 55 agencias, el 26%. Les siguen Albacete con 50, el 23%; Guadalajara con 30, el 14%; y Cuenca con 16 puntos de venta, el 7,5%.

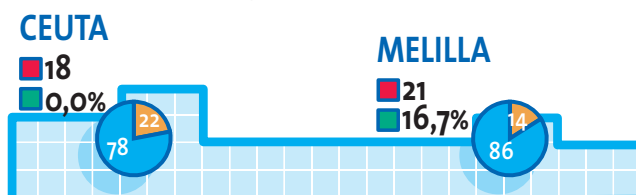
Ceuta y Melilla

El mayor porcentaje de pymes

Melilla registra un 85,7% y Ceuta un 77,8% de agencias independientes

Porcentualmente, Melilla es donde se produce el mayor crecimiento en el número de agencias con respecto al mismo periodo del año anterior, un 16,7%, llegando a 21 puntos de venta en total. En Ceuta se mantienen las 18 agencias existentes en 2006.

La tendencia general hacia la concentración no se cumple en estas regiones, ya que el predominio de pymes es absoluto. No sólo registran el mayor porcentaje de España, sino que en el caso de Melilla las agencias independientes crecieron un 2,4%.



Poco peso a nivel nacional

- > Debido a su reducida población, tanto Ceuta como Melilla registran un peso pequeño sobre el total nacional de agencias de viajes.
- > Con sus 18 oficinas, Ceuta concentra el 0,2% del mercado nacional de agencias de viajes.
- > Igualmente, las 21 agencias de Melilla suponen el 0,2% del total nacional.

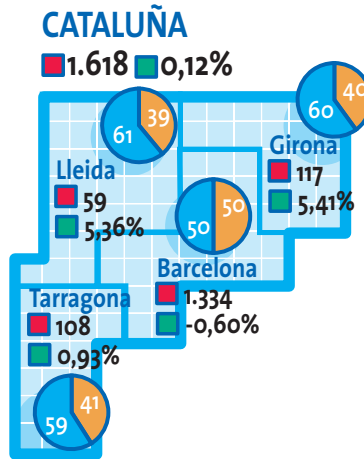
Cataluña

El número de agencias se estabiliza

El número de oficinas registra un crecimiento casi plano, del 0,12%, manteniendo un total de 1.618 puntos de venta

En 2007 el número de agencias de viajes se incrementó en dos oficinas. Este crecimiento del 0,12% dista del 2,4% registrado en 2006, si bien está en línea con la media nacional. Los crecimientos porcentuales fueron dispares entre las provincias. Mientras Girona y Lleida crecieron un 5%, con seis y tres altas, respectivamente; Barcelona sufrió ocho bajas en el mismo periodo, con una diferencia negativa del 0,6% respecto a 2006. Tarragona, con una nueva agencia y un 1% de crecimiento, mantuvo prácticamente estable su parque de agencias.

En cuanto a la estructura del sector, Cataluña también sigue la media nacional. Así, el 52% de las agencias catalanas, 838 oficinas, son pymes. Las restantes 780 están vinculadas a grandes cadenas, las cuales han experimentado un leve crecimiento del 0,3%.



La proporción difiere entre las distintas provincias. Mientras Barcelona presenta una proporción homogénea de pymes y grandes grupos; Girona, Lleida y Tarragona cuentan con mayoría de agencias independientes, que representan alrededor de un 60% de las oficinas en cada una de estas regiones.

El peso de las provincias

- > Barcelona aglutina el 82% del total de agencias catalanas, con un total de 1.334 oficinas.
- > Por su parte, Girona y Tarragona concentran, cada una, en torno al 7% de los puntos de venta.
- > En Lleida se concentra el 4% restante.

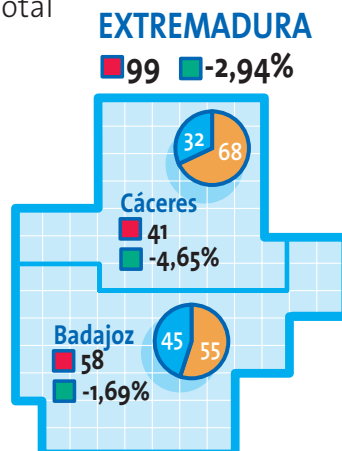
Las 1.618 agencias de viajes catalanas representan un peso del 17,7% del total nacional, siendo superadas únicamente por la Comunidad de Madrid que, con 1.935 oficinas, concentra el 21,2% del mercado español

Extremadura

Predominan las grandes cadenas

60 de las 99 agencias de viajes son sucursales de importantes grupos, lo que se traduce en un 60,6% del total

La proporción de agencias de grandes cadenas está diez puntos por encima de la media nacional y constata la tendencia hacia la progresiva concentración del sector. Ésta es más acusada en Cáceres, donde el 68,3% de las agencias pertenecen a grandes grupos. En Badajoz ambas tipologías están más equilibradas, ya que hay un 45% de pymes.



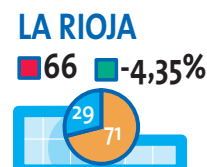
➔ El número de agencias extremeñas ha decrecido un 2,9%, pasando de los 102 puntos de venta existentes en 2006 a los 99 al cierre de 2007.

La Rioja

Decrece un 4,3%

Las agencias pertenecientes a grandes cadenas son mayoría

47 de las 66 agencias riojanas, más de dos tercios de las oficinas de la comunidad, el 71%, pertenecen a grandes cadenas, superando en 20 puntos porcentuales la media nacional. El 29% restante, 19 oficinas, son puntos de venta independientes. La Rioja, la segunda comunidad con menor penetración de pymes, es de las que más decrecen.



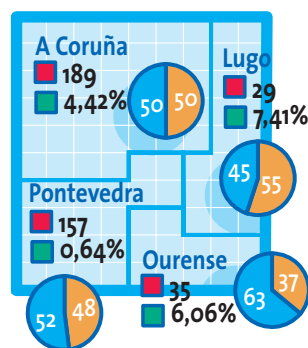
Galicia Crece un 3%

El 51% de las agencias de viajes gallegas son independientes

Abilio Álvarez, dueño de Viajes Bives Tour, asegura que, a pesar de que las agencias tradicionales siguen siendo mayoría en Galicia, “cada vez hay más oficinas de grandes grupos y todo apunta a que van a seguir creciendo. En cuanto al incremento en el número de agencias, me alegra que haya nuevas aperturas en Galicia, porque es una señal de pujanza. Pero pueden estar dándose casos de negocios que se abren sin medir bien los riesgos ni la necesidad real de ingresos para sobrevivir. Me encantaría que todas las agencias que abren se mantuviesen, pero tengo mis dudas de que muchas de ellas puedan aguantar”.

➔ Las provincias de A Coruña y Pontevedra aglutinan el 91% de las agencias de viajes de la comunidad gallega.

GALICIA
■ 410 ■ 3,27%



Las noticias económicas no son buenas y crean un clima de incertidumbre que retrae la demanda, y eso es algo que estamos notando

Viajes Bives Tour

Abilio Álvarez

Madrid Las agencias frenan su crecimiento

Con 1.935 agencias de viajes, la Comunidad de Madrid aglutina el 21% del total nacional de puntos de venta

La región mantiene su parque de agencias de viajes prácticamente invariable con respecto a 2006, pues tan sólo se registraron tres nuevas altas, un 0,16% más.

Este crecimiento plano contrasta con los ejercicios anteriores, en los que la Comunidad de Madrid acumulaba gran parte del total de aperturas en España, si bien está en línea con el comportamiento medio del país.

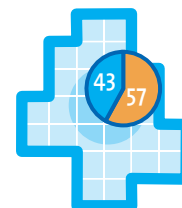
Predominan las cadenas

>Del total de agencias existentes en Madrid, el 57%, 1.104 oficinas, son sucursales de grandes empresas.

>Las 831 oficinas restantes, un 43% del total, son agencias de viajes independientes.

MADRID

■ 1.935 ■ 0,16%



Las agencias de viajes madrileñas eran 1.935 al cierre del año. Esta cifra supone el 21,2% del parque nacional, lo que confirma a Madrid como la comunidad con mayor número de agencias, por delante de Cataluña (con 1.618), Andalucía (1.174) y la Comunidad Valenciana (845).

➔ La evolución de los últimos años en la Comunidad de Madrid refleja una tendencia hacia la integración de las agencias de viajes en grandes cadenas.

Murcia La comunidad que más crece

La inmigración es la clave del incremento del número de agencias

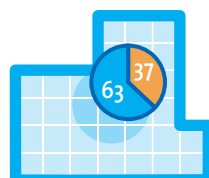
“Se están abriendo muchas agencias, y es algo en lo que la inmigración ha tenido gran influencia”, considera Josefina Navarro, de Eliotours. Y añade que “parece que esa tendencia está descendiendo por la delicada situación económica. Los inmigrantes de esta zona trabajan en la construcción o en el

campo y, si estos sectores no atraviesan un buen momento, viajan menos. Por eso no sé cómo van a evolucionar las nuevas agencias que están enfocadas hacia ese mercado”.

Eliotours

Josefina Navarro

MURCIA
■ 190 ■ 6,74%



➔ En 2007, Murcia sumó 12 agencias de viajes, lo que supone un alza del 6,7%. Así, al cierre del año eran 190 las oficinas en toda la región. Este incremento mantiene la línea de años precedentes y supera el ritmo de crecimiento medio nacional en más de seis puntos.

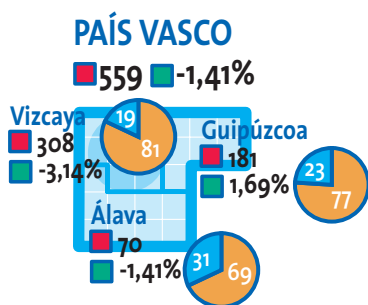
País Vasco

El mayor peso de grandes grupos

El número de agencias decreció un 1,4%, cerrándose ocho oficinas

“Creo que es bueno que exista competencia y diversidad de oferta”, asegura Bihotz Miren Beitia, de Viajes Amaya. “Contamos con la competencia de Internet y, además, en Euskadi proliferan las grandes cadenas que no buscan tanto la rentabilidad como abrir mercado y que pertenecen a grupos con mucha fuerza. Para contrarrestar esta situación de teórica desventaja, las agencias independientes nos esforzamos por ofrecer aquello que nos ha caracterizado siempre: buen servicio y trato diferenciado. Conocemos a cada uno de nuestros clientes y eso nos permite darles un servicio mucho más personalizado que el que pueden ofrecer otros”, concluye Bihotz Beitia.

➔ “Somos un intermediario, sí, pero un intermediario interesado en cuidar a los clientes que buscan la seguridad de una agencia de viajes”, afirma Bihotz Beitia.



En las pequeñas agencias conocemos a cada uno de nuestros clientes y eso nos permite darles un servicio mucho más personalizado que el que ofrecen otros

Viajes Amaia

Bihotz Miren Beitia

Navarra

Un ligero crecimiento

Las agencias navarras ascienden a 113 al cierre del año, un 1,80% más que en el ejercicio anterior

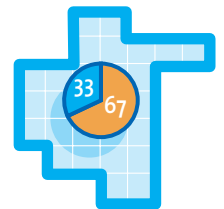
Durante 2007 se registró el alta de dos agencias de viajes en Navarra, con lo que se llegó a una cifra total de 113 oficinas al cierre del ejercicio. Estas nuevas incorporaciones suponen un pequeño crecimiento del 1,80% respecto a 2006.

Esta comunidad autónoma destaca por la existencia de un gran porcentaje de franquicias de grandes cadenas, en concreto 76, un 67,3% del total de las agencias de Navarra. Esta cifra la convierte en la tercera región, tras País Vasco y La Rioja, que más agencias de grandes cadenas concentra. Asimismo, se sitúa en 17 puntos porcentuales

Leve incremento de pymes

Pese al predominio absoluto de las grandes cadenas, en 2007 se registró un suave crecimiento de las agencias de viajes independientes de un 1,2%, lo que contrasta con la tendencia general

NAVARRA
■ 113 ■ 1,80%



por encima de la media nacional. El 32,7% restante, 37 agencias, son independientes o pymes.

➔ Los 113 puntos de venta de la Comunidad Foral representan actualmente el 1,2% del parque nacional de agencias de viajes.

Comunidad Valenciana

Suma 21 nuevas agencias

El número de oficinas se incrementa en un 2,5%

Con 845 agencias, que representan el 9,3% del cómputo nacional, se confirma como la cuarta comunidad española con más puntos de venta.

Asimismo, las 21 nuevas altas la convierten, por cifras absolutas, en la segunda que más aportó al crecimiento anual, sólo precedida por Canarias, que sumó 22 nuevas agencias.

➔ El 57,4% de las agencias son pymes. Aunque esta proporción es superior a la media, si se compara con años anteriores se observa una tendencia hacia la concentración.

COMUNIDAD VALENCIANA
■ 845 ■ 2,55%

