



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España. Datos a cierre de 2012.

## El 34,6% de las reservas aéreas de las agencias de viajes se realizaron de forma *online* en 2012

En 2012, el 34,6% de las reservas aéreas realizadas en agencias de viajes en España se realizó a través del canal online, 3 puntos porcentuales más respecto al año anterior. Este alza corresponde mayoritariamente al negocio en internet de las agencias tradicionales; las agencias virtuales puras mantienen casi invariable su peso en el sector.

En paralelo, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año.

Cataluña, Comunidad de Madrid, Andalucía, Comunidad Valenciana y País Vasco son las comunidades autónomas que registran el mayor número de bajas.

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Según datos de Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje en nuestro país, del total de reservas aéreas procesadas por las agencias de viajes<sup>1</sup> en 2012, el 34,6% fueron reservas *online*, mientras que el 65,4% se realizaron a través de oficinas físicas de venta. Más en detalle, el 25% de dichas reservas *online* corresponde a agencias virtuales puras y el 9,5% restante se hicieron en las páginas *web* de agencias de viaje tradicionales.

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”, comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: “Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

Reparto de las reservas de agencias de viajes a través de Amadeus España en 2012



### Evolución en el número de agencias físicas o presenciales

De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>2</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

<sup>1</sup> Reservas aéreas realizadas por agencias de viajes en España a través de la tecnología de Amadeus.

<sup>2</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).

A tenor de las cifras, de Villiers explica: *“El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.*

*“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”*, matiza Paul de Villiers.



Cataluña y Navarra, la bajada es algo superior al 6%.

Todas las comunidades autónomas registraron descensos en el número de oficinas de agencias de viajes durante la segunda mitad de 2012, a excepción de La Rioja, que contabilizó una apertura. En cifras absolutas, Cataluña repite como la región que registra la caída más significativa: un total de 69 bajas, que sitúa su parque de agencias en 1.002 oficinas al final de 2012. Le siguen la Comunidad de Madrid y Andalucía, con 44 cierres cada una, hasta cerrar el año con 1.427 y 605 oficinas, respectivamente. Comunidad Valenciana y País Vasco completan el quinteto de regiones con más caídas, tras registrar 31 y 25 bajas, y cerrar el año con un parque de 509 y 453 agencias cada una.

Porcentualmente, los descensos más significativos corresponden a Castilla-La Mancha y Cantabria, con una caída superior al 12%. Les siguen Murcia, que se anota un descenso del 9%, y Andalucía, del 7,2%. En Asturias, Castilla y León,

### Distribución de agencias por comunidades autónomas

De las 6.075 agencias conectadas a Amadeus en España, 1.427 están situadas en Madrid, lo que representa el 23,4% del total nacional. La segunda comunidad que más agencias concentra es Cataluña con 1.002, el 16,4% del total. A continuación figuran Andalucía, con 605 oficinas; la Comunidad Valenciana, con 509; el País Vasco, con 453; y Canarias, con 360 establecimientos.

En la actualidad, en España hay por término medio 1,29 agencias por cada 10.000 habitantes, cifra ligeramente inferior a la registrada a cierre del primer semestre de 2012, cuando el dato se situaba en 1,35. No obstante, el promedio es muy dispar entre las regiones, y oscila entre las 2,51 de Baleares y las 0,56 de Extremadura. Junto con la comunidad balear, Madrid y País Vasco son las que tienen una mayor densidad de agencias, superior a 2 puntos de venta por cada 10.000 habitantes.

### Estructura del sector de las agencias de viajes

A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total —2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. *“A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013 volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”*, afirma de Villiers.

El reparto de agencias entre grandes empresas y pymes es dispar entre las regiones. En el País Vasco, Cantabria, Navarra, Extremadura, La Rioja, Castilla-La Mancha y Aragón la presencia de las grandes cadenas es mayoritaria, pues representan el 75% de su total regional. Por su parte, las comunidades donde destaca la presencia de pymes son Canarias y Baleares aunque, si bien la proporción no llega a ser tan elevada, sí superan el 60% de su comunidad.

Las 6.075 agencias de viajes españolas pertenecen a un total de 1.841 empresas distintas (49 menos que a cierre del primer semestre de 2012). El 25% de las empresas cuenta con un único punto de venta.

De los 326 cierres registrados a lo largo del segundo semestre de 2012, 209 se dieron en establecimientos pertenecientes a grandes redes, y los 117 restantes tuvieron lugar en pymes.

## AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA – SEGUNDO SEMESTRE DE 2012 POR COMUNIDAD AUTÓNOMA Y POR TIPOLOGÍA

COMUNIDAD AUTONOMA	2º semestre 2012 (a 31 dic.)	1º semestre 2012 (a 30 junio)	Variación (absoluta)	Variación (%)	Peso (%) sobre total nacional	Reparto de agencias por tipos de empresa (a 31 dic. 2012)		Agencias por 10.000 habitantes
						Grandes empresas	Agencias Pymes	
ANDALUCÍA	605	649	-44	-7,27%	9,96%	55,21%	44,79%	0,72
ARAGÓN	142	149	-7	-4,93%	2,34%	72,54%	27,46%	1,05
ASTURIAS (PRINCIPADO DE)	181	192	-11	-6,08%	2,98%	68,51%	31,49%	1,68
BALEARES	281	286	-5	-1,78%	4,63%	38,43%	61,57%	2,51
CANARIAS	360	378	-18	-5,00%	5,93%	34,17%	65,83%	1,70
CANTABRIA	80	90	-10	-12,50%	1,32%	80,00%	20,00%	1,35
CASTILLA Y LEÓN	254	270	-16	-6,30%	4,18%	70,87%	29,13%	1,00
CASTILLA-LA MANCHA	133	150	-17	-12,78%	2,19%	74,44%	25,56%	0,63
CATALUÑA	1.002	1.071	-69	-6,89%	16,49%	51,00%	49,00%	1,32
CEUTA	10	10	0	0,00%	0,16%	20,00%	80,00%	1,19
EXTREMADURA	62	64	-2	-3,23%	1,02%	79,03%	20,97%	0,56
GALICIA	311	323	-12	-3,86%	5,12%	52,41%	47,59%	1,12
LA RIOJA	52	51	1	1,92%	0,86%	78,85%	21,15%	1,61
MADRID	1.427	1.471	-44	-3,08%	23,49%	60,34%	39,66%	2,20
MELILLA	17	18	-1	-5,88%	0,28%	29,41%	70,59%	2,10
MURCIA (REGIÓN DE)	100	109	-9	-9,00%	1,65%	48,00%	52,00%	0,68
NAVARRA	96	102	-6	-6,25%	1,58%	79,17%	20,83%	1,49
PAÍS VASCO	453	478	-25	-5,52%	7,46%	84,11%	15,89%	2,07
VALENCIANA, COMUNIDAD	509	540	-31	-6,09%	8,38%	54,81%	45,19%	0,99
<b>TOTAL</b>	<b>6.075</b>	<b>6.401</b>	<b>326</b>	<b>-5,37%</b>	<b>100,00%</b>	<b>58,45%</b>	<b>41,55%</b>	<b>1,29</b>

### REPARTO DE AGENCIAS DE VIAJES ENTRE EMPRESAS A 31 DE DICIEMBRE DE 2012

Agencias por empresa	Empresas			Agencias/Puntos de venta			% de puntos de venta sobre el total de agencias (a 31 dic. 2012)
	2º semestre 2012 (a 31 dic. )	1º semestre 2012 (a 30 junio)	Variación	2º semestre 2012 (a 31 dic. )	1º semestre 2012 (a 30 junio)	Variación	
Con más de 500	3	3	-	2.661	2.807	-146	43,80%
Entre 101 y 500	5	5	-	937	1.000	-63	15,43%
Entre 51 y 100	1	1	-	73	73	-	1,20%
Entre 11 y 50	7	9	-2	147	172	-25	2,42%
Entre 2 y 10	255	279	-24	687	756	-69	11,30%
Con 1	1.570	1.593	-23	1.570	1.593	-23	25,85%
<b>TOTAL</b>	<b>1.841</b>	<b>1.890</b>	<b>-49</b>	<b>6.075</b>	<b>6.401</b>	<b>-326</b>	<b>100,00%</b>

### Notas a redactores

**Amadeus España**, filial de Amadeus IT Group, es el distribuidor de reservas turísticas y proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje a nivel nacional. Su actividad principal es la comercialización y adaptación local del sistema de reservas Amadeus (GDS) y sus productos relacionados. Además, se encarga de asistir y proveer a las

agencias de viajes de infraestructura tecnológica, formación, consultoría y servicio al cliente. Amadeus España es Premio Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial en la categoría de Empresa Turística.  
Más información en: [www.es.amadeus.com](http://www.es.amadeus.com)

## Datos de contacto:

### **Amadeus España**

Natalia Huidobro - [nhuidobro@es.amadeus.com](mailto:nhuidobro@es.amadeus.com)  
Ana Delgado - [adelgado@es.amadeus.com](mailto:adelgado@es.amadeus.com)  
Tel: 91 329 86 43/459  
Fax: 91 329 86 19

### **Grupo Albión**

Soffa García - [sgarcia@grupoalbion.net](mailto:sgarcia@grupoalbion.net)  
Leticia Fajardo - [lfajardo@grupoalbion.net](mailto:lfajardo@grupoalbion.net)  
Tel: 91 531 23 88  
Fax: 91 521 81 87



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por CC.AA.  
Andalucía – resultados del segundo semestre de 2012

## El número de agencias de viajes en Andalucía desciende un 7,2% en la segunda mitad de 2012, y se sitúa en 605 oficinas

Con 44 agencias menos que en junio de 2012, Andalucía comparte con Madrid el segundo lugar entre las comunidades con mayor número de cierres, solo superadas por Cataluña.

El 55,2% de los puntos de venta pertenecen a grandes cadenas de agencias, mientras que el 44,8% restante son agencias pymes o independientes.

En España, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año.

En paralelo a este decrecimiento, aumenta el porcentaje de reservas realizadas a través del canal *online*, que ya asciende al 34,6% del total de las reservas aéreas efectuadas por las agencias de viajes.

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje, publica hoy su *Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus en España*, en el que da cuenta de la evolución en el número de agencias de viajes físicas por Comunidades Autónomas en el segundo semestre de 2012 y examina el porcentaje de reservas realizadas de manera *online* tanto por las agencias de viajes tradicionales (de calle), como las virtuales a nivel nacional.

### Porcentaje de reservas realizadas de manera *online* en las agencias de viajes españolas

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”,* comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: *“Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

### Evolución en el número de agencias físicas: nacional y Andalucía

**Nacional:** De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>1</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que

<sup>1</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).

representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

A tenor de las cifras, de Villiers explica: *“El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.*

*“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”,* matiza Paul de Villiers.

**Andalucía:** A cierre del segundo semestre de 2012, el número de agencias de viajes en Andalucía se sitúa en 605 establecimientos, lo que representa un descenso del 7,2% con respecto al 30 de junio de 2012, cuando se registraron 649 oficinas. En cifras absolutas, esta caída representa el cierre de 44 agencias y convierte a Andalucía en la segunda comunidad autónoma con mayor número de bajas durante la segunda mitad del año, posición que comparte con Madrid, que contabiliza el mismo número de bajas. Cataluña, con 69 cierres, fue la comunidad donde más descendió el número de agencias. Andalucía también formó parte del trío de comunidades que más puntos de venta perdieron en la primera mitad del año, cuando se anotó 28 bajas. El parque andaluz de agencias de viaje se sitúa a 31 de diciembre de 2012 en niveles similares a 2001.

La provincia con mayor número de cierres fue Granada, que —con 10 agencias menos— se queda en 83 oficinas. Le siguen Málaga y Sevilla, con 9 y 8 bajas, respectivamente. Porcentualmente, el mayor descenso de puntos de venta en la comunidad corresponde a Huelva, con un 13%, seguida muy de cerca por Granada, con un 12%.

Andalucía alberga casi el 10% de las agencias de viajes de nuestro país, y es la tercera comunidad con más puntos de venta tras Madrid (23,4% del total) y Cataluña (16,4%), seguida por la Comunidad Valenciana (8,3%) y País Vasco (7,4%). Por provincias, Sevilla concentra casi el 26% de las agencias de la región. Le sigue Málaga, con el 21,9% (un total de 133 establecimientos) y Cádiz y Granada, que —con 87 y 83 agencias— representan el 14,3% y el 13,7% del total regional, respectivamente.

Andalucía cuenta con 0,72 agencias por cada 10.000 habitantes, cifra inferior en 0,57 puntos porcentuales a la media nacional, que se sitúa en 1,29 oficinas. El ratio varía por provincias, y oscila entre los 0,4 establecimientos por cada 10.000 habitantes de Jaén —el más bajo de todas las provincias españolas— y los 0,90 de Granada.

## AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN ANDALUCÍA

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre la CC.AA.	Tipología		Agencias por 10.000 hab.
						Grandes cadenas	Pymes	
ALMERÍA	57	60	-3	-5,26%	9,42%	38,60%	61,40%	0,81
CÁDIZ	87	92	-5	-5,75%	14,38%	58,62%	41,38%	0,70
CÓRDOBA	38	42	-4	-10,53%	6,28%	57,89%	42,11%	0,47
GRANADA	83	93	-10	-12,05%	13,72%	55,42%	44,58%	0,90
HUELVA	23	26	-3	-13,04%	3,80%	78,26%	21,74%	0,44
JAÉN	27	29	-2	-7,41%	4,46%	66,67%	33,33%	0,40
MÁLAGA	133	142	-9	-6,77%	21,98%	49,62%	50,38%	0,81
SEVILLA	157	165	-8	-5,10%	25,95%	57,96%	42,04%	0,81
					<b>Peso sobre nacional</b>			
<b>TOTAL ANDALUCÍA</b>	<b>605</b>	<b>649</b>	<b>-44</b>	<b>-7,27%</b>	<b>9,96%</b>	<b>55,21%</b>	<b>44,79%</b>	<b>0,72</b>
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>6.075</b>	<b>6.401</b>	<b>-326</b>	<b>-5,37%</b>	<b>100%</b>	<b>58,45%</b>	<b>41,55%</b>	<b>1,29</b>

## Estructura del sector de las agencias de viajes

**Nacional:** A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total —2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. *“A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013 volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”,* afirma de Villiers.

**Andalucía:** El nivel de concentración empresarial en Andalucía se mantuvo prácticamente invariable durante los últimos seis meses de 2012. A 31 de diciembre, el 55,2% de las agencias pertenecen a grandes cadenas, una proporción superior en casi un punto porcentual a la que representaban al cierre de la primera mitad del año. El 44,7% de los puntos de venta restantes son agencias pymes.

Málaga es la provincia andaluza donde el reparto entre agencias pymes y pertenecientes a grandes redes es más equilibrado, casi al 50%. Almería es la única provincia donde el número de pymes (un 61,4%) es superior al de oficinas de grandes cadenas; en el resto, prevalecen los grandes grupos, siendo Huelva la que aglutina la mayor proporción de agencias de viaje integradas en grandes redes (más del 78%).



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por CC.AA.  
Aragón – resultados del segundo semestre de 2012

## El número de agencias de viaje en Aragón desciende un 4,9% en la segunda mitad de 2012, uno de los decrecimientos más leves del país

La comunidad autónoma registraba, a 31 de diciembre de 2012, 142 agencias de viajes, 7 establecimientos menos que a cierre del semestre anterior.

La presencia de grupos empresariales es mayoritaria entre las agencias de la región: más del 72% de los puntos de venta se agrupan en grandes redes de agencias.

En España, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año.

En paralelo a este decrecimiento, aumenta el porcentaje de reservas realizadas a través del canal *online*, que ya asciende al 34,6% del total de las reservas aéreas efectuadas por las agencias de viajes.

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje, publica hoy su *Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus en España*, en el que da cuenta de la evolución en el número de agencias de viajes físicas por Comunidades Autónomas en la segunda mitad de 2012 y examina el porcentaje de reservas realizadas de manera *online* tanto por las agencias de viajes tradicionales (de calle), como las virtuales a nivel nacional.

### Porcentaje de reservas realizadas de manera *online* en las agencias de viajes españolas

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”,* comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: *“Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

### Evolución en el número de agencias físicas: nacional y Aragón

**Nacional:** De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>1</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

<sup>1</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).



A tenor de las cifras, de Villiers explica: “El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.

“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”, matiza Paul de Villiers.

**Aragón:** A cierre del segundo semestre de 2012, el número de agencias de viajes en Aragón se sitúa en 142 oficinas, lo que representa un descenso del 4,9% con respecto a la primera mitad del año, cuando se contabilizaron 149. En cifras absolutas, la caída supone el cierre de 7 establecimientos. Aragón es la cuarta comunidad con menos bajas de agencias de viajes, por detrás de Extremadura, Illes Balears y Navarra, que registraron 2, 5 y 6 ceses, respectivamente. Porcentualmente, el descenso de agencias en Aragón está en línea con la media nacional (cifrada en el 5,3%).

Cinco de estos cierres se produjeron en la provincia de Zaragoza, que vio disminuido su parque de agencias de viajes en un 4,4%, mientras que Huesca y Teruel contabilizaron una baja cada una.

Aragón concentra el 2,3% de las agencias del país y solo la provincia de Zaragoza aglutina ocho de cada diez agencias de la región.

Aragón cuenta con 1,05 establecimientos por cada 10.000 habitantes, cifra 0,24 puntos porcentuales por debajo de la media nacional, que se sitúa en 1,29. Zaragoza es la provincia con el ratio más alto de agencias/habitantes, un 1,15, dato significativamente superior a las 0,92 de Huesca y 0,63 de Teruel.

## AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN ARAGÓN

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre la CC.AA.	Tipología		Agencias por 10.000 hab.
						Grandes cadenas	Pymes	
HUESCA	21	22	-1	-4,76%	14,79%	71,43%	28,57%	0,92
TERUEL	9	10	-1	-11,11%	6,34%	100,00%	0,00%	0,63
ZARAGOZA	112	117	-5	-4,46%	78,87%	70,54%	29,46%	1,15
					<b>Peso sobre nacional</b>			
<b>TOTAL ARAGÓN</b>	<b>142</b>	<b>149</b>	<b>-7</b>	<b>-4,93%</b>	<b>2,34%</b>	<b>72,54%</b>	<b>27,46%</b>	<b>1,05</b>
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>6.075</b>	<b>6.401</b>	<b>-326</b>	<b>-5,37%</b>	<b>100%</b>	<b>58,45%</b>	<b>41,55%</b>	<b>1,29</b>

### Estructura del sector de las agencias de viajes

**Nacional:** A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total —2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. “A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013 volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”, afirma de Villiers.

**Aragón:** El reparto entre ambos tipos de agencias se mantiene prácticamente igual respecto al existente a cierre del primer semestre de 2012. Aragón presenta una concentración empresarial 14 puntos porcentuales por encima de la media nacional, ya que el 72,5% de sus agencias de viajes (concretamente, 103 puntos de venta) son sucursales de grandes redes, mientras que el 27,4% restante (39 oficinas) son pequeñas agencias independientes.

Las 9 agencias de Teruel son sucursales de grandes cadenas. Sin embargo, en Huesca y Zaragoza, aunque prevalecen los establecimientos de redes –15 y 79 oficinas, respectivamente– sí existen agencias independientes: casi el 30% de las oficinas en cada provincia –6 y 33, correspondientemente–.



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por CC.AA.  
Principado de Asturias – resultados del segundo semestre de 2012

## El número de agencias de viajes en el Principado desciende un 6% en la segunda mitad de 2012, y se sitúa en 181 establecimientos

Las grandes cadenas de agencias aglutinan el 68,5% de los establecimientos de la comunidad, una proporción superior en 10 puntos porcentuales a la media nacional.

En España, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año.

En paralelo a este decrecimiento, aumenta el porcentaje de reservas realizadas a través del canal *online*, que ya asciende al 34,6% del total de las reservas aéreas efectuadas por las agencias de viajes.

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje, publica hoy su *Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus en España*, en el que da cuenta de la evolución en el número de agencias de viajes físicas por Comunidades Autónomas en la segunda mitad de 2012 y examina el porcentaje de reservas realizadas de manera *online* tanto por las agencias de viajes tradicionales (de calle), como las virtuales a nivel nacional.

### Porcentaje de reservas realizadas de manera *online* en las agencias de viajes españolas

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”,* comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: *“Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

### Evolución en el número de agencias físicas: nacional y Asturias

**Nacional:** De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>1</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

A tenor de las cifras, de Villiers explica: *“El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que*

<sup>1</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).

el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.

“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”, matiza Paul de Villiers.

**Asturias:** A cierre del segundo semestre de 2012, Asturias sitúa su parque de agencias en 181 establecimientos, lo que supone un descenso del 6% con respecto al cierre del primer semestre del año, cuando se registraron 192 puntos de venta. Este descenso –11 oficinas menos– sitúa al parque de agencias asturianas en niveles similares a los de 2003. Estos datos contrastan con las 6 aperturas (alza del 3%) que el Principado registró en la primera mitad del año y que le convirtieron en una de las dos únicas comunidades que registraron entonces una variación positiva.

El Principado de Asturias alberga casi el 3% de las agencias de viajes del país. Con 1,68 oficinas por cada 10.000 habitantes, la región supera en casi 0,4 puntos a la media nacional, establecida en 1,29.

#### AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN ASTURIAS

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre total nacional	Tipología		Agencias por 10.000 hab.
						Grandes cadenas	Pymes	
<b>TOTAL ASTURIAS</b>	<b>181</b>	<b>192</b>	<b>-11</b>	<b>-6,08%</b>	<b>2,98%</b>	<b>68,51%</b>	<b>31,49%</b>	<b>1,68</b>
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>6.075</b>	<b>6.401</b>	<b>-326</b>	<b>-5,37%</b>	<b>100%</b>	<b>58,45%</b>	<b>41,55%</b>	<b>1,29</b>

#### Estructura del sector de las agencias de viajes

**Nacional:** A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total —2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. “A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013 volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”, afirma de Villiers.

**Asturias:** A cierre de 2012, el 68,5% de las agencias asturianas (124 establecimientos) están integradas en grandes cadenas, mientras que las pymes suponen un 31,5% (57 oficinas), como ya ocurría en junio de 2012. De acuerdo con estos datos, el Principado mantiene un nivel de concentración empresarial superior en 10 puntos porcentuales a la media nacional, cifrada en el 58,4%.



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por CC.AA.  
Illes Balears – resultados del segundo semestre de 2012

## El número de agencias de viajes en Illes Balears se sitúa en 281 durante la segunda mitad de 2012

En un entorno de descensos generalizados, la comunidad es la que registra las caídas más leves: un 1,7% respecto al primer semestre (cierre de 5 establecimientos).

El archipiélago balear es la región con mayor densidad de agencias de viajes, 2,5 establecimientos por cada 10.000 habitantes, casi el doble de la media nacional.

En España, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año.

En paralelo a este decrecimiento, aumenta el porcentaje de reservas realizadas a través del canal *online*, que ya asciende al 34,6% del total de las reservas aéreas efectuadas por las agencias de viajes.

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje, publica hoy su *Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus en España*, en el que da cuenta de la evolución en el número de agencias de viajes físicas por Comunidades Autónomas en la segunda mitad de 2012 y examina el porcentaje de reservas realizadas de manera *online* tanto por las agencias de viajes tradicionales (de calle), como las virtuales a nivel nacional.

### Porcentaje de reservas realizadas de manera *online* en las agencias de viajes españolas

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”,* comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: *“Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

### Evolución en el número de agencias físicas: nacional e Illes Balears

**Nacional:** De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>1</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

<sup>1</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).

A tenor de las cifras, de Villiers explica: “El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.

“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”, matiza Paul de Villiers.

**Illes Balears:** El número de agencias de viajes en el archipiélago se situó, a cierre del segundo semestre de 2012, en 281 oficinas, lo que representa un descenso del 1,7% con respecto al primer semestre del año. En cifras absolutas, esto se traduce en el cierre de 5 establecimientos —4 en Mallorca y 1 en Menorca—. Illes Balears es una de las comunidades que registró menos bajas en su parque de agencias durante la segunda mitad del año. Teniendo en cuenta que el comportamiento fue más favorable en la primera mitad (2 cierres en Mallorca), los datos podrían confirmar la estabilización en el parque de agencias balear.

A cierre de 2012, Mallorca sitúa el número de agencias en 226 y Menorca en 22. El resto de islas mantuvieron estable el número de oficinas en el segundo semestre del año.

El archipiélago balear alberga el 4,6% del total de agencias del país. Illes Balears cuenta con 2,51 oficinas por cada 10.000 habitantes, casi el doble de la media nacional, establecida en 1,29. Esta ratio le convierte en la comunidad con mayor densidad de agencias del país.

#### AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN ILLES BALEARS

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre la CC.AA.	Tipología		
						Grandes empresas	Pymes	
FORMENTERA	2	2	0	0,00%	0,71%	0,00%	100%	
EIVISSA	31	31	0	0,00%	11,03%	29,03%	70,97%	
MALLORCA	226	230	-4	-1,77%	80,43%	39,38%	60,62%	
MENORCA	22	23	-1	-4,55%	7,83%	45,45%	54,55%	
					<b>Peso sobre nacional</b>			<b>Agencias por 10.000 hab.</b>
<b>TOTAL ILLES BALEARS</b>	<b>281</b>	<b>286</b>	<b>-5</b>	<b>-1,78%</b>	<b>4,63%</b>	<b>38,43%</b>	<b>61,57%</b>	<b>2,51</b>
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>6.075</b>	<b>6.401</b>	<b>-326</b>	<b>-5,37%</b>	<b>100%</b>	<b>58,45%</b>	<b>41,55%</b>	<b>1,29</b>

#### Estructura del sector de las agencias de viajes

**Nacional:** A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total —2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. “A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013 volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”, afirma de Villiers.

**Illes Balears:** El archipiélago balear es la segunda comunidad autónoma con mayor presencia de agencias pymes por detrás de Canarias: el 61,5% de sus oficinas, 173, son agencias independientes. El 38,4% restante, 108 agencias, pertenece a grandes cadenas, una proporción muy inferior a la media nacional, cuyo nivel de concentración empresarial supera el 58%.

En línea con el comportamiento del sector a nivel nacional, la proporción entre agencias pymes e integradas en grandes redes se mantiene estable en Baleares en el segundo semestre del año. No obstante, junto al archipiélago canario y la Región de Murcia, es la comunidad que se ha mantenido más ajena a la tendencia a la concentración que ha experimentado el sector en los cinco últimos años.

En Mallorca, 137 agencias (el 60,6%) son pymes independientes, frente a las 89 oficinas (el 39,3%) que están integradas en grandes cadenas. En Eivissa y Menorca son pymes 22 y 12 de sus establecimientos, respectivamente; y en Formentera, lo son la totalidad de sus agencias (2 puntos de venta).



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por CC.AA.  
Canarias – resultados del segundo semestre de 2012

## El parque de agencias en Canarias se sitúa en 360 establecimientos a cierre de 2012, 18 menos que en la primera mitad del año

El archipiélago canario es la región española con mayor resistencia a la concentración empresarial, pues casi dos tercios de sus establecimientos (237 puntos de venta) son agencias pymes o independientes.

En España, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año.

En paralelo a este decrecimiento, aumenta el porcentaje de reservas realizadas a través del canal *online*, que ya asciende al 34,6% del total de las reservas aéreas efectuadas por las agencias de viajes.

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje, publica hoy su *Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus en España*, en el que da cuenta de la evolución en el número de agencias de viajes físicas por Comunidades Autónomas en la **segunda mitad de 2012** y examina el porcentaje de reservas realizadas de manera *online* tanto por las agencias de viajes tradicionales (de calle), como las virtuales a nivel nacional.

### Porcentaje de reservas realizadas de manera *online* en las agencias de viajes españolas

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”,* comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: *“Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

### Evolución en el número de agencias físicas: nacional y Canarias

**Nacional:** De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>1</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

A tenor de las cifras, de Villiers explica: *“El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la*

<sup>1</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).



economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.

“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”, matiza Paul de Villiers.

**Canarias:** A cierre del segundo semestre de 2012, el número de agencias de viajes en Canarias se sitúa en 360 establecimientos, lo que supone un descenso del 5% con respecto al primer semestre del año, cuando se contabilizaron 378. Esta variación se traduce en el cierre de 18 establecimientos, frente a los 10 registrados en la primera mitad de 2012.

Del total de bajas, 7 se contabilizan en la provincia de las Las Palmas y 11 en Santa Cruz de Tenerife. Porcentualmente, los descensos en ambas provincias están en línea con la media nacional del 5,3%.

En el detalle por islas, las bajas se producen en Tenerife (8), Gran Canaria (6), La Palma (3) y Lanzarote (1). El Hierro, Fuerteventura y La Gomera, mantienen invariable su número de agencias.

El archipiélago canario alberga casi el 6% de todas las agencias de viajes del país. La provincia de Santa Cruz de Tenerife concentra el 52,6% del total de agencias del archipiélago y Las Palmas, el 47,35%.

Por islas, Tenerife es la que cuenta con más establecimientos, en total 169 oficinas, seguida de la isla de Gran Canaria, con 132. Le siguen Lanzarote con 23 establecimientos, La Palma con 16, Fuerteventura con 17 y, por último, El Hierro con 2 y La Gomera con 1 agencia.

Canarias cuenta con 1,7 agencias por cada 10.000 habitantes, cifra 0,4 puntos por encima de la media nacional, situada en 1,29.

#### AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN CANARIAS

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre la CC.AA.	Tipología		Agencias por 10.000 hab.
						Grandes empresas	Pymes	
LAS PALMAS	172	179	-7	-4,07%	47,35%	36,63%	63,37%	1,56
SANTA CRUZ DE TENERIFE	188	199	-11	-5,85%	52,65%	31,91%	68,09%	1,85
					Peso sobre nacional			
<b>TOTAL CANARIAS</b>	<b>360</b>	<b>378</b>	<b>-18</b>	<b>-5,00%</b>	<b>5,93%</b>	<b>34,17%</b>	<b>65,83%</b>	<b>1,70</b>
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>6.075</b>	<b>6.401</b>	<b>-326</b>	<b>-5,37%</b>	<b>100%</b>	<b>58,45%</b>	<b>41,55%</b>	<b>1,29</b>

#### DESGLOSE DE AGENCIAS POR ISLAS

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre el total canario	Tipología	
						Grandes empresas	Pymes
EL HIERRO	2	2	0	0,00%	0,56%	0,00%	100%
FUERTEVENTURA	17	17	0	0,00%	4,72%	23,53%	76,47%
GRAN CANARIA	132	138	-6	-4,55%	36,67%	39,39%	60,61%
LA GOMERA	1	1	0	0,00%	0,28%	0,00%	100,00%
LA PALMA	16	19	-3	-18,75%	4,44%	6,25%	93,75%
LANZAROTE	23	24	-1	-4,35%	6,39%	30,43%	69,57%
TENERIFE	169	177	-8	-4,73%	46,94%	34,91%	65,09%

## Estructura del sector de las agencias de viajes

**Nacional:** A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total —2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. *“A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013 volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”*, afirma de Villiers.

**Canarias:** En línea con el comportamiento nacional, Canarias mantiene invariable su nivel de concentración empresarial: casi el 35% son establecimientos integrados en grandes cadenas (123 puntos de venta), mientras que el 65% (237) son agencias pymes o independientes. Canarias continúa siendo la comunidad autónoma con mayor presencia de agencias pymes, por tanto, la más ajena a la tendencia a la concentración empresarial que se ha dado en el país en los últimos cinco años.

Por provincias, Las Palmas cuenta con un porcentaje de pymes del 63,3% (109 oficinas) frente al 36,6% (63) que son sucursales de grandes grupos. En Santa Cruz de Tenerife, las pymes representan el 68% (128) y las grandes cadenas el 31,9% (60). Por islas, aunque también en todas ellas predominan las agencias independientes, Tenerife es la que tiene la mayor presencia de grandes cadenas: casi el 35% de sus establecimientos son propiedad de grandes grupos empresariales.



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por CC.AA.  
Cantabria – resultados del segundo semestre de 2012

## El número de agencias de viajes en Cantabria desciende un 12,5% en la segunda mitad de 2012, y se sitúa en las 80 oficinas

Ocho de cada diez agencias cántabras pertenecen a grandes grupos empresariales, un nivel de concentración empresarial solo superado por el del País Vasco.

En España, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año.

En paralelo a este decrecimiento, aumenta el porcentaje de reservas realizadas a través del canal *online*, que ya asciende al 34,6% del total de las reservas aéreas efectuadas por las agencias de viajes.

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje, publica hoy su *Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus en España*, en el que da cuenta de la evolución en el número de agencias de viajes físicas por Comunidades Autónomas en la segunda mitad de 2012 y examina el porcentaje de reservas realizadas de manera *online* tanto por las agencias de viajes tradicionales (de calle), como las virtuales a nivel nacional.

### Porcentaje de reservas realizadas de manera *online* en las agencias de viajes españolas

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”,* comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: *“Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

### Evolución en el número de agencias físicas: nacional y Cantabria

**Nacional:** De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>1</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

A tenor de las cifras, de Villiers explica: *“El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele*

<sup>1</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).

ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.

“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”, matiza Paul de Villiers.

**Cantabria:** En cifras absolutas, Cantabria redujo su parque de agencias de viajes en 10 oficinas durante la segunda mitad de 2012, hasta situarse en un total de 80. Porcentualmente, se trata de un descenso del 12,5% con respecto al primer semestre del año y coloca a Cantabria como segunda comunidad con la caída más significativa, precedida de Castilla-La Mancha. Estos datos contrastan con los registrados en la primera mitad, cuando la región registró tan sólo una baja. Las 80 agencias con las que cuenta Cantabria representan el 1,32% del total de puntos de venta que hay en España.

Cantabria cuenta con 1,35 agencias de viajes por cada 10.000 habitantes, ratio moderadamente superior a la media nacional, establecida en 1,29 agencias y ligeramente inferior a la de la primera mitad del año (ratio de 1,52).

#### AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN CANTABRIA

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre total nacional	Tipología		Agencias por 10.000 hab.
						Grandes empresas	Pymes	
<b>TOTAL CANTABRIA</b>	<b>80</b>	<b>90</b>	<b>-10</b>	<b>-12,50%</b>	<b>1,32%</b>	<b>80%</b>	<b>20%</b>	<b>1,35</b>
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>6.075</b>	<b>6.401</b>	<b>-326</b>	<b>-5,37%</b>	<b>100%</b>	<b>58,45%</b>	<b>41,55%</b>	<b>1,29</b>

#### Estructura del sector de las agencias de viajes

**Nacional:** A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total —2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. “A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013 volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”, afirma de Villiers.

**Cantabria:** El 80% de las agencias cántabras (64 establecimientos) pertenecen a grandes cadenas, mientras que el 20% (16), son agencias pymes. Por detrás de País Vasco, Cantabria ha pasado a ocupar el segundo puesto entre las regiones con mayor nivel de concentración empresarial —superando a Navarra, que pasa al tercer lugar—. La presencia de grandes redes en Cantabria supera en algo más de 21,5 puntos porcentuales a la media nacional, establecida en el 58,4%.



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por CC.AA.  
Castilla-La Mancha – resultados del segundo semestre de 2012

## El número de agencias de viaje en Castilla-La Mancha desciende un 12,7%, la caída más significativa a nivel nacional

La comunidad cerró el año con 133 agencias, 17 establecimientos menos de los que contabilizaba en junio de 2012.

Las grandes cadenas de agencias representan casi el 75% del total de establecimientos de la región.

En España, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año.

En paralelo a este decrecimiento, aumenta el porcentaje de reservas realizadas a través del canal *online*, que ya asciende al 34,6% del total de las reservas aéreas efectuadas por las agencias de viajes.

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje, publica hoy su *Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus en España*, en el que da cuenta de la evolución en el número de agencias de viajes físicas por Comunidades Autónomas en el segundo semestre de 2012 y examina el porcentaje de reservas realizadas de manera *online* tanto por las agencias de viajes tradicionales (de calle), como las virtuales a nivel nacional.

### Porcentaje de reservas realizadas de manera *online* en las agencias de viajes españolas

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”,* comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: *“Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

### Evolución en el número de agencias físicas: nacional y Castilla-La Mancha

**Nacional:** De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>1</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

<sup>1</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).

A tenor de las cifras, de Villiers explica: “El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.

“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”, matiza Paul de Villiers.

**Castilla-La Mancha:** A cierre de 2012, el total de agencias de viajes en Castilla-La Mancha se sitúa en 133 establecimientos, 17 menos que los 150 que existían a 30 de junio de 2012. Porcentualmente, estos cierres representan una caída del 12,7%, lo que convierte a Castilla-La Mancha en la comunidad que registra el mayor descenso en su parque de agencias de viajes, seguida muy de cerca por Cantabria (bajada del 12,5%) y, con mayor diferencia, por la Región de Murcia (caída del 9%).

Las provincias de Albacete y Toledo experimentaron el mayor número de cierres —7 y 5, respectivamente—; seguidas por Guadalajara y Ciudad Real —3 y 2 bajas—. Cuenca mantiene invariable su número de establecimientos.

Castilla-La Mancha alberga el 2,1% del total de agencias del país. El mayor volumen de establecimientos se concentra en Toledo, con 42 oficinas, y en Ciudad Real con 33 agencias. Les sigue Albacete con 25 puntos de venta, Guadalajara, con 21, y por último Cuenca, con 12 agencias de viaje.

En la región hay una media de 0,63 agencias de viajes por cada 10.000 habitantes, una de las tasas más bajas de España junto con la de Extremadura y la Región de Murcia (0,56 y 0,68, respectivamente). No obstante, este promedio difiere ligeramente entre provincias, oscilando entre las 0,81 agencias por cada 10.000 habitantes de Guadalajara y las 0,55 en Cuenca.

#### AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN CASTILLA-LA MANCHA

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre la CC.AA.	Tipología		Agencias por 10.000 hab.
						Grandes empresas	Pymes	
ALBACETE	25	32	-7	-28%	18,80%	72,00%	28,00%	0,62
CIUDAD REAL	33	35	-2	-6,06%	24,81%	66,67%	33,33%	0,62
CUENCA	12	12	0	0,00%	9,02%	83,33%	16,67%	0,55
GUADALAJARA	21	24	-3	-14,29%	15,79%	66,67%	33,33%	0,81
TOLEDO	42	47	-5	-11,90%	31,58%	83,33%	16,67%	0,59
					<b>Peso sobre nacional</b>			
<b>TOTAL CASTILLA-LA MANCHA</b>	<b>133</b>	<b>150</b>	<b>-17</b>	<b>-12,78%</b>	<b>2,19%</b>	<b>74,44%</b>	<b>25,56%</b>	<b>0,63</b>
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>6.075</b>	<b>6.401</b>	<b>-326</b>	<b>-5,37%</b>	<b>100%</b>	<b>58,45%</b>	<b>41,55%</b>	<b>1,29</b>

#### Estructura del sector de las agencias de viajes

**Nacional:** A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total —2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. “A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013

*volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”, afirma de Villiers.*

**Castilla-La Mancha:** La presencia de grandes cadenas de agencias en la comunidad es superior en casi 16 puntos porcentuales a la media nacional, establecida en 58,4%. A cierre de 2012, de las 133 agencias castellano-manchegas, un total de 99 (el 74,4%) pertenecen a grandes cadenas y 34 son pymes (el 25,5%). Durante la segunda mitad del año la presencia de grandes redes se incrementó en Castilla-La Mancha en casi 4 puntos porcentuales, un fenómeno en línea con la tendencia progresiva hacia la concentración empresarial que se ha venido dando a nivel nacional.

A nivel provincial, la variación más significativa se dio en Albacete, donde el 72% de las agencias son propiedad de grandes cadenas, cuando el junio de 2012 solo lo era el 56%.



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por CC.AA.  
Castilla y León – resultados del segundo semestre de 2012

## El número de agencias de viajes en Castilla y León desciende un 6,3% en la segunda mitad de 2012

Con 16 oficinas menos que en junio de 2012, el número de agencias de viaje castellanoleonesas se sitúa en los 254 establecimientos, cifra similar a la registrada en 2002.

El 70,8% de las agencias se integran en grandes cadenas, lo que indica un nivel de concentración empresarial muy superior al del resto del país.

En España, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año.

En paralelo a este decrecimiento, aumenta el porcentaje de reservas realizadas a través del canal *online*, que ya asciende al 34,6% del total de las reservas aéreas efectuadas por las agencias de viajes.

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje, publica hoy su *Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus en España*, en el que da cuenta de la evolución en el número de agencias de viajes físicas por Comunidades Autónomas durante el segundo semestre de 2012 y examina el porcentaje de reservas realizadas de manera *online* tanto por las agencias de viajes tradicionales (de calle), como las virtuales a nivel nacional.

### Porcentaje de reservas realizadas de manera *online* en las agencias de viajes españolas

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”,* comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: *“Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

### Evolución en el número de agencias físicas: nacional y Castilla y León

**Nacional:** De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>1</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que

<sup>1</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).



representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

A tenor de las cifras, de Villiers explica: *“El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.*

*“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”,* matiza Paul de Villiers.

**Castilla y León:** A cierre del segundo semestre de 2012, el número de agencias de viajes en Castilla y León se sitúa en 254, lo que representa un descenso del 6,3% con respecto al primer semestre del año, cuando se contabilizaron 270. En cifras absolutas, esta variación se traduce en el cierre de 16 oficinas. El parque actual de agencias en Castilla y León es similar al de 2002.

Todas las provincias registraron descensos en el número de establecimientos, a excepción de Ávila y Segovia, que mantienen invariable el número de puntos de venta –en 14 y 12, respectivamente– en relación al 30 de junio de 2012. El mayor número de cierres se contabilizó en Salamanca (5) y en León (4). Palencia y Valladolid anotaron 2 bajas cada una, mientras que Burgos, Soria y Zamora, una cada una.

Castilla y León alberga el 4,1% de las agencias de viaje de nuestro país. Por provincias, Valladolid, con 75 puntos de venta, concentra casi el 30% de las agencias de la región. Le sigue Burgos (con 46 establecimientos), León (37), Salamanca (35) y, a mayor distancia, Zamora y Ávila (con 14 cada una), Palencia (13), Segovia (12) y Soria (8).

Castilla y León cuenta con 1,00 agencias por cada 10.000 habitantes, ratio inferior a la media nacional situada en el 1,29. Sin embargo, el dato difiere sustancialmente por provincias, y oscila entre las 0,73 de Segovia y Zamora, y las 1,40 de Valladolid.

#### AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN CASTILLA Y LEÓN

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre la CC.AA.	Tipología		Agencias por 10.000 hab.
						Grandes empresas	Pymes	
ÁVILA	14	14	0	0,00%	5,51%	71,43%	28,57%	0,82
BURGOS	46	47	-1	-2,17%	18,11%	76,09%	23,91%	1,23
LEÓN	37	41	-4	-10,81%	14,57%	56,76%	43,24%	0,75
PALENCIA	13	15	-2	-15,38%	5,12%	53,85%	46,15%	0,76
SALAMANCA	35	40	-5	-14,29%	13,78%	88,57%	11,43%	1,00
SEGOVIA	12	12	0	0,00%	4,72%	58,33%	41,67%	0,73
SORIA	8	9	-1	-12,50%	3,15%	75,00%	25,00%	0,85
VALLADOLID	75	77	-2	-2,67%	29,53%	68,00%	32,00%	1,40
ZAMORA	14	15	-1	-7,14%	5,51%	85,71%	14,29%	0,73
					<b>Peso sobre nacional</b>			
<b>TOTAL CASTILLA Y LEÓN</b>	<b>254</b>	<b>270</b>	<b>-16</b>	<b>-6,30%</b>	<b>4,18%</b>	<b>70,87%</b>	<b>29,13%</b>	<b>1,00</b>
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>6.075</b>	<b>6.401</b>	<b>-326</b>	<b>-5,37%</b>	<b>100%</b>	<b>58,45%</b>	<b>41,55%</b>	<b>1,29</b>

## Estructura del sector de las agencias de viajes

**Nacional:** A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total —2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. *“A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013 volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”,* afirma de Villiers.

**Castilla y León:** Más del 70% de las agencias de viajes de Castilla y León, en concreto 180, pertenecen a grandes cadenas, una proporción que supera en 12,4 puntos porcentuales a la media del país, situada en 58,4%. El 30% restante (74 oficinas) son agencias pymes. La comunidad sigue avanzando en el proceso de concentración empresarial que vive el sector, pues el peso de las grandes redes aumentó en 1,2 puntos porcentuales durante el segundo semestre de 2012 (en junio, las oficinas propiedad de grandes cadenas suponían el 69,6% del total de agencias).

A nivel provincial, en Zamora y Salamanca se dan los niveles de concentración más elevados: más del 85% de los establecimientos pertenecen a cadenas de agencias. Por su parte, León y Palencia registran la penetración más baja, cercana al 55%. Palencia, que en la primera mitad del año era la única provincia castellanoleonés en la que predominaban las pequeñas agencias independientes, cerró 2012 con una penetración de las grandes redes cercana al 54%.



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por CC.AA.  
Cataluña – resultados del segundo semestre de 2012

## El número de agencias de viajes en Cataluña desciende en 69 establecimientos, la mayor caída a nivel nacional

A cierre de 2012, el número de agencias de viaje ubicadas en Cataluña se sitúa en 1.002 puntos de venta, lo que supone un descenso del 6,8% respecto a junio del mismo año.

En España, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año.

En paralelo a este decrecimiento, aumenta el porcentaje de reservas realizadas a través del canal *online*, que ya asciende al 34,6% del total de las reservas aéreas efectuadas por las agencias de viajes.

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje, publica hoy su *Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus en España*, en el que da cuenta de la evolución en el número de agencias de viajes físicas por Comunidades Autónomas en el segundo semestre de 2012 y examina el porcentaje de reservas realizadas de manera *online* tanto por las agencias de viajes tradicionales (de calle), como las virtuales a nivel nacional.

### Porcentaje de reservas realizadas de manera *online* en las agencias de viajes españolas

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”,* comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: *“Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

### Evolución en el número de agencias físicas: nacional y Cataluña

**Nacional:** De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>1</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

A tenor de las cifras, de Villiers explica: *“El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.*

<sup>1</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).

“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”, matiza Paul de Villiers.

**Cataluña:** A término de 2012, el número de agencias de viajes en Cataluña desciende en 69 oficinas y se sitúa en 1.002 establecimientos. Esta caída –equivalente a un descenso del 6,8% respecto al primer semestre del año– hace de Cataluña la comunidad autónoma con mayor número de cierres de agencias de todo el país, seguida de Comunidad de Madrid y Andalucía (con 44 bajas cada una). Cataluña también fue la comunidad con mayor número de cierres registrados durante el primer semestre de 2012: un total de 46 agencias.

La práctica totalidad de los cierres se dieron en Barcelona, que restó 61 puntos de venta, hasta situarse en los 850 establecimientos. Le siguen, tras anotar 3 bajas cada una, Girona y Lleida, que acabaron el año con 65 y 29 oficinas, respectivamente, mientras que Tarragona computa 2 bajas, situando su parque de agencias en 58.

Cataluña es la segunda comunidad autónoma por número de agencias de viajes: alberga el 16,4% de los establecimientos del país (1.002). Le precede la Comunidad de Madrid con un 23,4% del total nacional. Por provincias, Barcelona continúa concentrando alrededor del 85% (850) de las agencias de toda Cataluña. En Girona y Tarragona se ubican, respectivamente, el 6,4% y el 5,7% de los establecimientos, mientras que Lleida es la provincia que tiene el menor número de puntos de venta: 29 oficinas que representan el 2,8% de los de la comunidad autónoma.

Al cierre del segundo semestre del año, Cataluña cuenta con 1,32 agencias por cada 10.000 habitantes, cifra ligeramente superior a la media española, establecida en 1,29 agencias. La densidad de agencias es claramente mayor en Barcelona, cuyo ratio de 1,53 agencias por cada 10.000 habitantes dista de la horquilla del 0,6-0,9 en el que se mueven las otras tres provincias.

## AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN CATALUÑA

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre la CC.AA.	Tipología		Agencias por 10.000 hab.
						Grandes empresas	Pymes	
BARCELONA	850	911	-61	-7,18%	84,83%	51,88%	48,12%	1,53
GIRONA	65	68	-3	-4,62%	6,49%	35,38%	64,62%	0,85
LLEIDA	29	32	-3	-10,34%	2,89%	48,28%	51,72%	0,65
TARRAGONA	58	60	-2	-3,45%	5,79%	56,90%	43,10%	0,71
					Peso sobre nacional			1,32
<b>TOTAL CATALUÑA</b>	<b>1.002</b>	<b>1.071</b>	<b>-69</b>	<b>-6,89%</b>	<b>16,49%</b>	<b>51,00%</b>	<b>49,00%</b>	<b>1,32</b>
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>6.075</b>	<b>6.401</b>	<b>-326</b>	<b>-5,37%</b>	<b>100%</b>	<b>58,45%</b>	<b>41,55%</b>	<b>1,29</b>

### Estructura del sector de las agencias de viajes

**Nacional:** A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total — 2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. “A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013 volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”, afirma de Villiers.

**Cataluña:** De las 1.002 agencias catalanas, un total de 511 (el 51%) son oficinas de grandes cadenas, mientras que las 419 restantes (el 49%) son pymes. Cataluña sigue manteniéndose más de 7 puntos por debajo de los niveles de concentración empresarial que se dan en el conjunto nacional, y es la comunidad con el reparto más igualado entre ambas tipologías de agencias, seguida de Región de Murcia y Galicia.

El mayor peso de la agencia pyme se da en Girona –un 64,62% de sus establecimientos son independientes–, mientras que la mayor presencia de grandes redes se da Tarragona –con casi el 57% de los negocios propiedad de grandes grupos–.



# Nota de prensa

**ANEXO A LA NOTA DE PRENSA: “Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por comunidades autónomas. Segundo semestre de 2012”**

**Evolución del número de agencias de viajes– Ciudad Autónoma de CEUTA  
Resultados a 31 de diciembre de 2012**

## **AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN CEUTA**

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre total nacional	Tipología		Agencias por 10.000 hab.
						Grandes cadenas	Pymes	
<b>TOTAL CEUTA</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,16%</b>	<b>20,00%</b>	<b>80,00%</b>	<b>1,19</b>
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>6.075</b>	<b>6.401</b>	<b>-326</b>	<b>-5,37%</b>	<b>100%</b>	<b>58,45%</b>	<b>41,55%</b>	<b>1,29</b>



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por CC.AA.  
Extremadura – resultados del segundo semestre de 2012

## Extremadura cierra 2012 con 62 agencias de viajes, un 3,2% menos con respecto al primer semestre del año

Extremadura tiene la densidad más baja de agencias de todo el país: 0,56 oficinas por cada 10.000 habitantes.

En España, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año.

En paralelo a este decrecimiento, aumenta el porcentaje de reservas realizadas a través del canal *online*, que ya asciende al 34,6% del total de las reservas aéreas efectuadas por las agencias de viajes.

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje publica hoy su *Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus en España*, en el que da cuenta de la evolución en el número de agencias de viajes físicas por Comunidades Autónomas en el segundo semestre de 2012 y examina el porcentaje de reservas realizadas de manera *online* tanto por las agencias de viajes tradicionales (de calle), como las virtuales a nivel nacional.

### Porcentaje de reservas realizadas de manera *online* en las agencias de viajes españolas

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”,* comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: *“Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

### Evolución en el número de agencias físicas: nacional y Extremadura

**Nacional:** De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>1</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

A tenor de las cifras, de Villiers explica: *“El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la*

<sup>1</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).

economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.

“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”, matiza Paul de Villiers.

**Extremadura:** Al término de 2012, el parque de agencias de viajes extremeñas se sitúa en 62 establecimientos, 2 puntos de venta menos que en el primer semestre del año; un dato indicativo de que el ritmo de cierres se ralentizó con respecto a la primera mitad, cuando se registraron 7 bajas.

En términos porcentuales, la variación se traduce en un descenso del 3,2% con respecto a junio del 2012, inferior al descenso medio nacional (cifrado en un 5,3%). De hecho, Extremadura es la tercera comunidad autónoma con la caída más leve en cuanto a pérdida de agencias de viaje (solo Baleares y Madrid presentan, en términos porcentuales, mejores datos). Las dos únicas bajas se dan en la provincia de Cáceres, que retrocede hasta los 26 puntos de venta, mientras que Badajoz se mantiene en 36 establecimientos.

Extremadura alberga el 1,02% de las agencias de viaje ubicadas en el territorio nacional. En concreto, a Badajoz le corresponde el 58% de las agencias extremeñas, mientras que a Cáceres el 41,9%..

La región cuenta con un promedio de 0,56 agencias de viajes por cada 10.000 habitantes, el ratio más bajo de todo el país, y considerablemente inferior a la media nacional, que se sitúa en 1,29.

Á

#### AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN EXTREMADURA

Mercado		1 <sup>er</sup> Sem 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre la CC.AA.	Tipología		Agencias por 10 000 hab.
						Grandes empresas	Pymes	
BADAJOZ	(31 dic.) 36	36	0	0,00%	58,06%	77,78%	22,22%	0,52
CÁCERES	26	28	-2	-7,69%	41,94%	80,77%	19,23%	0,63
					<b>Peso sobre nacional</b>			
<b>TOTAL EXTREMADURA</b>	<b>62</b>	<b>64</b>	<b>-2</b>	<b>-3,23%</b>	<b>1,02%</b>	<b>79,03%</b>	<b>20,97%</b>	<b>0,56</b>
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>6.075</b>	<b>6.401</b>	<b>-326</b>	<b>-5,37%</b>	<b>100%</b>	<b>58,45%</b>	<b>41,55%</b>	<b>1,29</b>

#### Estructura del sector de las agencias de viajes

**Nacional:** A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total —2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. “A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013 volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”, afirma de Villiers.

**Extremadura:** Durante el segundo semestre de 2012, el nivel de concentración empresarial en el mercado de agencias de viajes extremeñas se mantuvo prácticamente invariable con respecto al semestre anterior: el 79% de los establecimientos (un total de 49 puntos de venta) pertenecen a grandes cadenas de agencias. La presencia de grandes redes en Extremadura supera en casi 21 puntos porcentuales a la media nacional, cifrada en 58,4%. La agencia pyme, por tanto, es minoritaria en la región: 13 del total de los 62 establecimientos.



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por CC.AA.  
Galicia – resultados del segundo semestre de 2012

## El número de agencias de viajes en Galicia desciende un 3,8% en la segunda mitad de 2012, y se sitúa en 311 establecimientos

Por provincias, A Coruña y Pontevedra registran las mayores bajas (6 y 4, respectivamente), mientras que Lugo resta 2 y Ourense mantiene invariable su número de establecimientos.

En España, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año

En paralelo a este decrecimiento, aumenta el porcentaje de reservas realizadas a través del canal *online*, que ya asciende al 34,6% del total de las reservas aéreas efectuadas por las agencias de viajes.

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje publica hoy su *Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus en España*, en el que da cuenta de la evolución en el número de agencias de viajes físicas por Comunidades Autónomas en el segundo semestre de 2012 y examina el porcentaje de reservas realizadas de manera *online* tanto por las agencias de viajes tradicionales (de calle), como las virtuales a nivel nacional.

### Porcentaje de reservas realizadas de manera *online* en las agencias de viajes españolas

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”,* comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: *“Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

### Evolución en el número de agencias físicas: nacional y Galicia

**Nacional:** De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>1</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

<sup>1</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).



A tenor de las cifras, de Villiers explica: “El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.

“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”, matiza Paul de Villiers.

**Galicia:** A 31 de diciembre de 2012, Galicia cuenta con 311 agencias de viajes, lo que supone una variación negativa del 3,8% con respecto a los 323 establecimientos contabilizados a 30 de junio de 2012. Este decrecimiento, que se traduce en el cierre de 12 agencias, continúa la tendencia iniciada durante la primera mitad del año (con el cierre de 14 establecimientos). La caída en Galicia del 3,8% es inferior al descenso medio en el país, del 5,3%.

Por provincias, A Coruña y Pontevedra lideran las bajas, con 6 y 4 cierres respectivamente, mientras que Lugo resta dos agencias y Ourense mantiene invariable su número de puntos de venta, un total de 27.

Galicia alberga el 5,1% del total de agencias de viajes que hay en España. Con 147 establecimientos, A Coruña reúne cerca de la mitad del total de agencias gallegas. Las 112 de Pontevedra suponen el 36% del total regional, mientras que Ourense y Lugo suman conjuntamente algo más del 16%.

A cierre del segundo semestre de 2012, en Galicia existen 1,12 agencias por cada 10.000 habitantes, un promedio inferior al nacional, establecido en 1,29 agencias por cada 10.000 habitantes. El dato oscila entre el 1,29 de A Coruña —coincide con el nacional—, y el 0,72 de Lugo.

## AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN GALICIA

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre la CC.AA.	Tipología		Agencias por 10.000 hab.
						Grandes empresas	Pymes	
A CORUÑA	147	153	-6	-4,08%	47,27%	48,30%	51,70%	1,29
LUGO	25	27	-2	-8,00%	8,04%	68,00%	32,00%	0,72
OURENSE	27	27	0	0,00%	8,68%	51,85%	48,15%	0,82
PONTEVEDRA	112	116	-4	-3,57%	36,01%	54,46%	45,54%	1,17
					<b>Peso sobre nacional</b>			
<b>TOTAL GALICIA</b>	<b>311</b>	<b>323</b>	<b>-12</b>	<b>-3,86%</b>	<b>5,12%</b>	<b>52,41%</b>	<b>47,59%</b>	<b>1,12</b>
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>6.075</b>	<b>6.401</b>	<b>-326</b>	<b>-5,37%</b>	<b>100%</b>	<b>58,45%</b>	<b>41,55%</b>	<b>1,29</b>

### Estructura del sector de las agencias de viajes

**Nacional:** A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total —2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. “A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013 volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”, afirma de Villiers.

**Galicia:** A 31 de diciembre de 2012, de las 311 agencias gallegas, 163 (el 52,4% del total) pertenecen a grandes grupos empresariales, mientras que 148 (el 47,5%) son pymes o agencias independientes. La proporción de pymes supera la media nacional en más de 6 puntos porcentuales. Además, Galicia es una de las comunidades

que presenta el reparto más igualado entre ambas tipologías de agencias, junto con Cataluña y la Región de Murcia.

No obstante, el reparto por provincias es algo dispar. En la provincia de A Coruña predominan muy ligeramente las pymes (suponen el 51,7% del total: 76 establecimientos). En Lugo, Pontevedra y Ourense, por el contrario, son más las agencias integradas en grandes cadenas (aglutinan el 68%, el 54,4% y el 51,8% de los establecimientos, respectivamente).



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por CC.AA.  
La Rioja – resultados del segundo semestre de 2012

## La Rioja, única comunidad autónoma donde aumentó el número de agencias de viajes en la segunda mitad de 2012

La región cuenta con 52 establecimientos, uno más que a cierre de junio de 2012. Ocho de cada diez están integrados en grandes redes de agencias.

En España, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año.

En paralelo a este decrecimiento, aumenta el porcentaje de reservas realizadas a través del canal *online*, que ya asciende al 34,6% del total de las reservas aéreas efectuadas por las agencias de viajes.

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje publica hoy su *Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus en España*, en el que da cuenta de la evolución en el número de agencias de viajes físicas por Comunidades Autónomas en la segunda mitad de 2012 y examina el porcentaje de reservas realizadas de manera *online* tanto por las agencias de viajes tradicionales (de calle), como las virtuales a nivel nacional.

### Porcentaje de reservas realizadas de manera *online* en las agencias de viajes españolas

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”,* comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: *“Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

### Evolución en el número de agencias físicas: nacional y La Rioja

**Nacional:** De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>1</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

A tenor de las cifras, de Villiers explica: *“El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la*

<sup>1</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).

economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.

“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”, matiza Paul de Villiers.

**La Rioja:** A cierre de 2012, el número de agencias de calle se sitúa en 52 establecimientos, uno más que en junio de 2012, lo que supone un alza del 1,9%. Aunque leve, La Rioja es la única comunidad que anota una variación positiva en este periodo. Teniendo en cuenta que durante la primera mitad del año registró una baja, La Rioja es una de las comunidades con el parque de agencias más estable durante todo el año 2012.

La Rioja alberga en la actualidad el 0,8% del total de agencias del país, y cuenta con 1,61 establecimientos por cada 10.000 habitantes. Esta cifra supera la media nacional, situada en 1,29 puntos de venta.

#### AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN LA RIOJA

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre total nacional	Tipología		Agencias por 10.000 hab.
						Grandes empresas	Pymes	
LA RIOJA	52	51	1	1,92%	0,86%	78,85%	21,15%	1,61
TOTAL NACIONAL	6.075	6.401	-326	-5,37%	100%	58,45%	41,55%	1,29

#### Estructura del sector de las agencias de viajes

**Nacional:** A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total —2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. “A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013 volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”, afirma de Villiers.

**La Rioja:** El reparto entre las diferentes tipologías de agencias se mantuvo invariable en la segunda mitad del año. El 78,8% de las agencias riojanas, un total de 41 puntos de venta, están integradas en cadenas de agencias, mientras que el 21,1% son pymes, un total de 11. La presencia de grandes redes en La Rioja supera a la media nacional en más de 20 puntos porcentuales, un dato que sitúa a la comunidad riojana en la quinta del país con mayor nivel de concentración empresarial, por detrás de País Vasco y Cantabria (donde más del 80% de los establecimientos pertenecen a grandes redes), y Navarra y Extremadura (con más del 79% de sus agencias integradas en grandes cadenas).



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por CC.AA.  
Comunidad de Madrid – resultados del segundo semestre de 2012

## El número de agencias de viajes en la Comunidad de Madrid desciende en 44 establecimientos y, a cierre de 2012, se sitúa en 1.427 oficinas

El descenso, del 3%, es ligeramente inferior al de la media nacional, cifrado en 5,3%.

Junto con Illes Balears y País Vasco, es la comunidad con mayor número de agencias en relación con su población: más de 2 oficinas por cada 10.000 habitantes.

En España, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año

En paralelo a este decrecimiento, aumenta el porcentaje de reservas realizadas a través del canal *online*, que ya asciende al 34,6% del total de las reservas aéreas efectuadas por las agencias de viajes.

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje publica hoy su *Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus en España*, en el que da cuenta de la evolución en el número de agencias de viajes físicas por Comunidades Autónomas en el segundo semestre de 2012 y examina el porcentaje de reservas realizadas de manera *online* tanto por las agencias de viajes tradicionales (de calle), como las virtuales a nivel nacional.

### Porcentaje de reservas realizadas de manera *online* en las agencias de viajes españolas

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”,* comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: *“Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

### Evolución en el número de agencias físicas: nacional y Comunidad de Madrid

**Nacional:** De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>1</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

A tenor de las cifras, de Villiers explica: *“El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que*

<sup>1</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).

el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.

“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”, matiza Paul de Villiers.

**Comunidad de Madrid:** La evolución del parque de agencias de viajes en la región es muy similar al registrado en la primera mitad del año. A cierre del segundo semestre de 2012, el número de agencias de viajes en la Comunidad de Madrid se sitúa en 1.427, lo que supone una variación negativa del 3% con respecto a los 1.471 establecimientos registrados a 30 de junio de 2012. El descenso en el número de agencias madrileñas es ligeramente inferior a la media nacional, que experimentó una variación negativa del 5,3%. En valores absolutos, no obstante, la variación se traduce en el cierre de 44 agencias en la región, lo que convierte a Madrid en la segunda comunidad, junto con Andalucía, por número de bajas en el periodo. Les precede a ambas Cataluña, que anotó 69 bajas.

La Comunidad de Madrid alberga actualmente el 23,4% de las agencias de todo el país y cuenta con 2,20 establecimientos por cada 10.000 habitantes, un promedio que supera en 0,91 puntos porcentuales la media nacional, establecida en 1,29 agencias. Junto con Illes Balears y País Vasco, es la comunidad con mayor cantidad de puntos de venta en relación con su población.

### AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN LA COMUNIDAD DE MADRID

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre total nacional	Tipología		Agencias por 10.000 hab.
						Grandes empresas	Pymes	
COMUNIDAD DE MADRID	1.427	1.471	-44	-3,08%	23,49%	60,34%	39,66%	2,20
TOTAL NACIONAL	6.075	6.401	-326	-5,37%	100%	58,45%	41,55%	1,29

#### Estructura del sector de las agencias de viajes

**Nacional:** A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total —2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. “A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013 volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”, afirma de Villiers.

**Madrid:** A 31 de diciembre de 2012, de las 1.427 agencias de viajes ubicadas en la Comunidad de Madrid, 861 (el 60,3%) son sucursales de grandes cadenas, mientras que las 566 restantes (39,6%) son agencias independientes. La presencia de grandes grupos en la Comunidad de Madrid supera en casi 2 puntos porcentuales la media nacional, establecida en 58,4%.



# Nota de prensa

**ANEXO A LA NOTA DE PRENSA: “Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por comunidades autónomas. Segundo semestre de 2012”**

**Evolución del número de agencias de viajes– Ciudad Autónoma de MELILLA  
Resultados a 31 de diciembre 2012**

## **AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN MELILLA**

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre total nacional	Tipología		Agencias por 10.000 hab.
						Grandes cadenas	Pymes	
<b>TOTAL MELILLA</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>-1</b>	<b>-5,88%</b>	<b>0,28%</b>	<b>29,41%</b>	<b>70,59%</b>	<b>2,10</b>
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>6.075</b>	<b>6.401</b>	<b>-326</b>	<b>-5,37%</b>	<b>100%</b>	<b>58,45%</b>	<b>41,55%</b>	<b>1,29</b>



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por CC.AA.  
Región de Murcia – resultados del segundo semestre de 2012

## La Región de Murcia cierra 2012 con 100 agencias de viajes, tras perder 9 en la segunda mitad del año

El descenso del 9% en el número de agencias es el tercero más acusado del país, por detrás de los de Castilla-La Mancha y Cantabria, que se anotaron caídas superiores al 12%.

La presencia de las grandes cadenas se incrementa levemente en detrimento de las agencias pymes.

En España, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año.

En paralelo a este decrecimiento, aumenta el porcentaje de reservas realizadas a través del canal *online*, que ya asciende al 34,6% del total de las reservas aéreas efectuadas por las agencias de viajes.

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje publica hoy su *Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus en España*, en el que da cuenta de la evolución en el número de agencias de viajes físicas por Comunidades Autónomas en el segundo semestre de 2012 y examina el porcentaje de reservas realizadas de manera *online* tanto por las agencias de viajes tradicionales (de calle), como las virtuales a nivel nacional.

### Porcentaje de reservas realizadas de manera *online* en las agencias de viajes españolas

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”,* comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: *“Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

### Evolución en el número de agencias físicas: nacional y la Región de Murcia

**Nacional:** De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>1</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

<sup>1</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).



A tenor de las cifras, de Villiers explica: *“El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.*

*“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”,* matiza Paul de Villiers.

**Región de Murcia:** A cierre de 2012, el número de agencias de viajes murcianas se sitúa en 100 establecimientos, 9 menos de los registrados en junio de 2012. Este descenso del 9% rompe la relativa estabilización que la comunidad pareció alcanzar en la primera mitad del año, cuando registró 2 bajas. Porcentualmente, la Región es la tercera comunidad con los descensos más acusados a nivel nacional, precedida por Castilla-La Mancha y Cantabria, que se anotaron caídas superiores al 12%.

La Región de Murcia alberga el 1,6% del total de agencias en España y cuenta con 0,68 agencias de viajes por cada 10.000 habitantes, cifra ligeramente inferior al 0,74 registrado en la primera mitad de 2012, y bastante inferior a la media nacional, establecida en 1,29 agencias.

### AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN LA REGIÓN DE MURCIA

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1er Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre total nacional	Tipología		Agencias por 10.000 hab.
						Grandes empresas	Pymes	
REGIÓN DE MURCIA	100	109	-9	-9,00%	1,65%	48,00%	52,00%	0,68
TOTAL NACIONAL	6.075	6.401	-326	-5,37%	100%	58,45%	41,55%	1,29

#### Estructura del sector de las agencias de viajes

**Nacional:** A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total —2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. *“A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013 volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”,* afirma de Villiers.

**Región de Murcia:** Junto con Cataluña y Galicia, la comunidad murciana tiene el reparto más igualado entre agencias independientes y establecimientos integrados en grandes cadenas. El 52% de los puntos de venta son agencias pymes, frente al 48% que pertenecen a grandes grupos empresariales. No obstante, se aprecia variación respecto al reparto existente a cierre del primer semestre de 2012, cuando las grandes cadenas representaban un proporción algo menor (45,8%).



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por CC.AA.  
Navarra – resultados del segundo semestre de 2012

## Navarra pierde 6 agencias de viajes en la segunda mitad de 2012, y se sitúa en 96 establecimientos

El 79% de las agencias de viajes navarras pertenecen a grandes redes, mientras que el resto son agencias independientes.

En España, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año.

En paralelo a este decrecimiento, aumenta el porcentaje de reservas realizadas a través del canal *online*, que ya asciende al 34,6% del total de las reservas aéreas efectuadas por las agencias de viajes.

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje publica hoy su *Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus en España*, en el que da cuenta de la evolución en el número de agencias de viajes físicas por Comunidades Autónomas en el segundo semestre de 2012 y examina el porcentaje de reservas realizadas de manera *online* tanto por las agencias de viajes tradicionales (de calle), como las virtuales a nivel nacional.

### Porcentaje de reservas realizadas de manera *online* en las agencias de viajes españolas

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”,* comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: *“Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

### Evolución en el número de agencias físicas: nacional y Navarra

**Nacional:** De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>1</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

A tenor de las cifras, de Villiers explica: *“El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la*

<sup>1</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).

economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.

“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”, matiza Paul de Villiers.

**Navarra:** Navarra perdió 6 agencias de viaje durante el segundo semestre de 2012, hasta situarse en 96 oficinas a 31 de diciembre de 2012. Porcentualmente, se trata de un descenso del 6,2%. Este comportamiento contrasta con el registrado en la primera mitad del año, cuando Navarra contabilizó la apertura de una agencia y fue, junto con Asturias, una de las dos únicas comunidades que tuvo variación positiva.

A cierre de 2012, Navarra alberga el 1,5% del parque nacional de agencias. Con 1,49 oficinas físicas por cada 10.000 habitantes, la comunidad supera en 0,2 puntos a la media nacional –cifrada en 1,29–.

### AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN NAVARRA

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre total nacional	Tipología		Agencias por 10.000 hab.
						Grandes empresas	Pymes	
NAVARRA	96	102	-6	-6,25%	1,58%	79,17%	20,83%	1,49
TOTAL NACIONAL	6.075	6.401	-326	-5,37%	100%	58,45%	41,55%	1,29

#### Estructura del sector de las agencias de viajes

**Nacional:** A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total —2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. “A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013 volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”, afirma de Villiers.

**Navarra:** De las 96 agencias de la región, 76 (el 79,1%) pertenecen a grandes redes mientras que 20 oficinas (el 20,8%) son agencias pymes.

Navarra supera en casi 21 puntos porcentuales a la media nacional en cuanto a concentración en grandes redes y se mantiene entre las tres comunidades donde la presencia de los grandes grupos es mayor. Le preceden País Vasco (donde la concentración roza el 85%) y Cantabria (superior al 80%).



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por CC.AA.  
País Vasco – resultados del segundo semestre de 2012

## El País Vasco pierde 25 agencias de viajes en la segunda mitad de 2012, y se sitúa en los 453 establecimientos

Junto con Cantabria, País Vasco es la región con más presencia de grandes cadenas de agencias de viajes, seguida de Extremadura.

En España, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año.

En paralelo a este decrecimiento, aumenta el porcentaje de reservas realizadas a través del canal *online*, que ya asciende al 34,6% del total de las reservas aéreas efectuadas por las agencias de viajes

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje publica hoy su *Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus en España*, en el que da cuenta de la evolución en el número de agencias de viajes físicas por Comunidades Autónomas en el segundo semestre de 2012 y examina el porcentaje de reservas realizadas de manera *online* tanto por las agencias de viajes tradicionales (de calle), como las virtuales a nivel nacional.

### Porcentaje de reservas realizadas de manera *online* en las agencias de viajes españolas

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”,* comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: *“Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

### Evolución en el número de agencias físicas: nacional y País Vasco

**Nacional:** De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>1</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

A tenor de las cifras, de Villiers explica: *“El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele*

<sup>1</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).

ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.

“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”, matiza Paul de Villiers.

**País Vasco:** A cierre del segundo semestre de 2012, el número de agencias de viajes en el País Vasco se sitúa en 453 oficinas, lo que representa un descenso del 5,5% con respecto al cierre de la primera mitad del año, cuando se contabilizaron 478 puntos de venta. La variación está en línea con la registrada a nivel nacional.

En cifras absolutas, este descenso se traduce en 25 agencias menos, cifra superior a las 10 bajas registradas durante el primer semestre de 2012. Esta variación sitúa a País Vasco en el quinteto de regiones con más cierres, precedido de Cataluña –con 69 bajas–, Comunidad de Madrid y Andalucía –ambas con 44 agencias menos– y Comunidad Valenciana –con 31–.

Vizcaya es la provincia con mayor número de cierres (un total de 14), seguida de Guipúzcoa (12). Ambas incrementaron significativamente sus bajas con respecto a las de la primera mitad del año, cuando contabilizaron 3 y 5, respectivamente. En contraste, la provincia de Álava contabiliza una apertura.

El País Vasco ocupa el quinto puesto entre las comunidades con más agencias del país, precedida de Madrid (1.427), Cataluña (1.002), Andalucía (605) y la Comunidad Valenciana (509). Vizcaya alberga más de la mitad de las agencias vascas: sus 253 establecimientos representan el 55,8% del total de la región. Le sigue Guipúzcoa con 143 puntos de venta (el 31,5%) y Álava, con 57 (el 12,5%).

El País Vasco cuenta con 2,07 agencias por cada 10.000 habitantes, cifra notablemente superior a la media española, establecida en 1,29, y solo superada por Illes Balears y la Comunidad de Madrid (ambas regiones presentan, a 31 de diciembre de 2012, ratios del 2,51 y el 2,20, respectivamente).

## AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN PAÍS VASCO

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre la CC.AA.	Tipología		Agencias por 10.000 hab.
						Grandes empresas	Pymes	
ÁLAVA	57	56	1	1,75%	12,58%	75,44%	24,56%	1,77
GUIPÚZCOA	143	155	-12	-8,39%	31,57%	81,12%	18,88%	2,01
VIZCAYA	253	267	-14	-5,53%	55,85%	87,75%	12,25%	2,18
					<b>Peso sobre nacional</b>			
<b>TOTAL PAÍS VASCO</b>	<b>453</b>	<b>478</b>	<b>-25</b>	<b>-5,52%</b>	<b>7,46%</b>	<b>84,11%</b>	<b>15,89%</b>	<b>2,07</b>
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>6.075</b>	<b>6.401</b>	<b>-326</b>	<b>-5,37%</b>	<b>100%</b>	<b>58,45%</b>	<b>41,55%</b>	<b>1,29</b>

### Estructura del sector de las agencias de viajes

**Nacional:** A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total —2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. “A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013 volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”, afirma de Villiers.

**País Vasco:** El reparto entre agencias independientes e integradas en grandes redes se mantiene invariable con respecto a la primera mitad del año. Con casi un 85% de agencias integradas en grandes cadenas, el País Vasco es la comunidad autónoma que presenta una mayor concentración empresarial en el sector de las agencias —una característica que la distingue desde hace más de 7 años—, seguida de Cantabria (con el 80% de establecimientos pertenecientes a grandes cadenas), Navarra, Extremadura y La Rioja (más del 75%). La

presencia de grandes grupos en el País Vasco supera en casi 26 puntos porcentuales la media española (establecida en 58,4%).

Si bien en todas las provincias vascas la presencia de las grandes redes es mayoritaria, Vizcaya es la que cuenta con la mayor proporción (casi el 88%, mientras que el 12% restante son agencias pymes).



# Nota de prensa

Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus España por CC.AA.  
Comunidad Valenciana – resultados del segundo semestre de 2012

## El número de agencias de viajes en la Comunidad Valenciana desciende un 6% y, a cierre de 2012, se sitúa en 509 establecimientos

Con 31 agencias menos que en junio del mismo año, la Comunidad ocupa el cuarto lugar por número de bajas, precedida de Cataluña, la Comunidad de Madrid y Andalucía.

En España, el número de agencias de calle se situó en 6.075 oficinas a cierre de 2012, lo que representa un descenso del 5,3% (326 establecimientos menos) respecto a la primera mitad del año.

En paralelo a este decrecimiento, aumenta el porcentaje de reservas realizadas a través del canal *online*, que ya asciende al 34,6% del total de las reservas aéreas efectuadas por las agencias de viajes.

**Madrid, 12 de marzo de 2013.** Amadeus España —filial de Amadeus IT Group—, proveedor de tecnología de referencia para el sector del viaje publica hoy su *Barómetro de agencias de viajes conectadas a Amadeus en España*, en el que da cuenta de la evolución en el número de agencias de viajes físicas por Comunidades Autónomas en el segundo semestre de 2012 y examina el porcentaje de reservas realizadas de manera *online* tanto por las agencias de viajes tradicionales (de calle), como las virtuales a nivel nacional.

### Porcentaje de reservas realizadas de manera *online* en las agencias de viajes españolas

El 34,6% del segmento *online* supone un aumento de 3 puntos porcentuales con respecto al peso que representaba en 2011 (un 31,6%). La práctica totalidad de este crecimiento viene determinado por las reservas realizadas a través del negocio en Internet de las agencias tradicionales —que pasaron de vender el 6,9% de los vuelos de forma *online* en 2011, al 9,5% en 2012—.

*“El aumento del peso del ‘online’, sobre todo en la agencia física, corrobora la tendencia cada vez más marcada hacia el modelo de agencia híbrida y tiene mucho que ver con la redefinición de negocio que persiguen las agencias de calle ante los cambios del sector y los viajeros: la agencia quiere ser un gestor del ocio de sus clientes vacacionales en su más amplio sentido. Esto implica no sólo la venta de un viaje en sí, sino también de servicios de valor añadido relacionados que se pueden necesitar en todas las etapas: antes, durante y después del desplazamiento. Para ello, la agencia tradicional tiende a ampliar su cobertura de servicios a través de aquellos canales que le permitan estar siempre donde está su cliente: en la calle, en Internet, en el móvil o en las redes sociales”,* comenta Paul de Villiers, director general de Amadeus España, que añade: *“Todo un reto, pero también una de las oportunidades más grandes con las que se ha encontrado el sector de las agencias desde la llegada de Internet”.*

### Evolución en el número de agencias físicas: nacional y Comunidad Valenciana

**Nacional:** De forma paralela al incremento de su actividad en la red, el parque de agencias físicas en España sigue en descenso. Según el *Barómetro de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus España por comunidades autónomas*, el número de oficinas<sup>1</sup> se situó en 6.075 a 31 de diciembre de 2012, lo que representa una variación negativa del 5,3% (326 establecimientos menos) en relación con los 6.401 que se registraron a cierre del primer semestre del año.

A tenor de las cifras, de Villiers explica: *“El ajuste ha sido bastante más acusado que en la primera mitad del año, cuando se registraron 182 bajas de agencias de viajes presenciales, pero también hay que tener en cuenta que el segundo semestre —ajeno ya al efecto de la temporada estival y la Semana Santa— tradicionalmente suele ser más complicado para la actividad vacacional. La escasa visibilidad que aún persiste sobre la evolución de la*

<sup>1</sup> El “número de agencias de viaje conectadas al sistema Amadeus” se compara con datos cerrados a una fecha determinada y entre periodos consecutivos (en este caso, datos a 30 de junio de 2012 frente a datos a 31 de diciembre de 2012); sin embargo, el dato de “reservas aéreas *online*” se compara entre periodos homogéneos (variación interanual) por tratarse de datos temporales, para evitar la estacionalidad de las ventas (en este caso, año completo 2012 frente a 2011).

economía real y el consumo en 2013, arrojan mucha incertidumbre sobre cuánto más podría prolongarse el reajuste en el parque de oficinas de agencias que experimenta nuestro país desde hace ya seis años”.

“En cualquier caso, más allá de los cierres, y aunque pueda parecer paradójico, la mayor participación de estas agencias en la red y a través de otros canales de venta con los que combinan su atención presencial, hacen vislumbrar un sector renovado, que se posiciona para atender a las emergentes tipologías de viajeros y experiencias de viajes”, matiza Paul de Villiers.

**Comunidad Valenciana:** A cierre de 2012, el número de agencias de viajes en la Comunidad Valenciana se sitúa en 509 oficinas, lo que representa un descenso del 6% con respecto al 30 de junio de 2012 –cuando se contabilizaron 540 establecimientos– y sitúa el número de agencias valencianas en niveles inferiores incluso a los de 2001. En cifras absolutas, esta variación supone 31 agencias menos y convierte a la comunidad en la cuarta por número de bajas; precedida de Cataluña (69 bajas), Comunidad de Madrid y Andalucía (ambas 44), y seguida del País Vasco (25).

Valencia, que prácticamente dobla el número de bajas registradas en los primeros seis meses del año, es la provincia que más cierres contabiliza a cierre del periodo anual: un total de 23, hasta situarse en las 266 oficinas. En Alicante y Castellón se dieron 5 y 3 bajas, respectivamente.

La Comunidad Valenciana concentra el 8,3% del total de agencias de viajes del país y, además, ocupa la cuarta posición en cuanto a número de establecimientos, por detrás de Madrid, Cataluña y Andalucía (1.427, 1.002 y 605 puntos de venta, respectivamente).

La provincia de Valencia alberga algo más de la mitad de las oficinas de agencias de la comunidad. En Alicante, con 192 oficinas, se ubica casi el 38% del total, y en Castellón, con 51, el 10%.

La Comunidad Valenciana cuenta con 0,99 agencias de viajes por cada 10.000 habitantes, cifra inferior a la media nacional, que se sitúa en 1,29. No obstante, la densidad difiere sustancialmente entre las provincias, oscilando desde el promedio más bajo de Castellón –0,84 agencias por cada 10.000 habitantes– hasta el más alto, en Valencia –1,03–.

## AGENCIAS DE VIAJES CONECTADAS A AMADEUS ESPAÑA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

Mercado	2º Sem. 2012 (31 dic.)	1º Sem. 2012 (30 junio)	Variación absoluta	Variación (%)	Peso sobre la CC.AA.	Tipología		Agencias por 10.000 hab.
						Grandes empresas	Pymes	
ALICANTE	192	197	-5	-2,60%	37,72%	45,31%	54,69%	0,99
CASTELLÓN	51	54	-3	-5,88%	10,02%	70,59%	29,41%	0,84
VALENCIA	266	289	-23	-8,65%	52,26%	58,65%	41,35%	1,03
					<b>Peso sobre nacional</b>			
<b>TOTAL COM. VALENCIANA</b>	<b>509</b>	<b>540</b>	<b>-31</b>	<b>-6,09%</b>	<b>8,38%</b>	<b>54,81%</b>	<b>45,19%</b>	<b>0,99</b>
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>6.075</b>	<b>6.401</b>	<b>-326</b>	<b>-5,37%</b>	<b>100%</b>	<b>58,45%</b>	<b>41,55%</b>	<b>1,29</b>

### Estructura del sector de las agencias de viajes

**Nacional:** A cierre del segundo semestre de 2012, el 58,4% de las agencias conectadas a Amadeus España (un total de 3.551) son sucursales de grandes cadenas nacionales o multinacionales. Por el contrario, el 41,5% del total —2.477 puntos de venta— son pymes. Las cifras revelan que durante la segunda mitad se mantuvo el nivel de concentración, si bien cabe recordar que las grandes cadenas representan casi el 60% del total de agencias del país, mientras que hace seis años la proporción era similar a la de pymes, un 50%. “A pesar de la inamovilidad de este parámetro en los últimos seis meses del año, desde Amadeus España creemos que 2013 volverá a marcar la tendencia hacia la concentración, aunque el cierre o cambio de propiedad de oficinas pertenecientes al grupo Orizonia, lógicamente podrá influir en este parámetro”, afirma de Villiers.

**Comunidad Valenciana:** El reparto entre agencias independientes e integradas en grandes redes no sufrió cambios durante la segunda mitad del año. En este sentido, la región mantiene una proporción muy igualada de establecimientos integrados en grandes cadenas de agencias (279 puntos de venta, el 54,8% del total) y de pymes (230, el 45,1%). Junto con Cataluña, Galicia y la Región de Murcia, sigue siendo la comunidad con el reparto más homogéneo entre ambos tipos de agencias.



Por provincias, la mayor presencia de grandes grupos se da en Castellón, donde más del 70% de los puntos de venta se integran en grandes cadenas. De hecho, esta provincia registró un leve incremento en esta proporción, pues en la primera mitad del año las redes representaban el 66,7% de los establecimientos. Por el contrario, la mayor presencia de pymes se registra en Alicante, donde los establecimientos independientes representan casi el 55% del total de puntos de venta de la provincia.