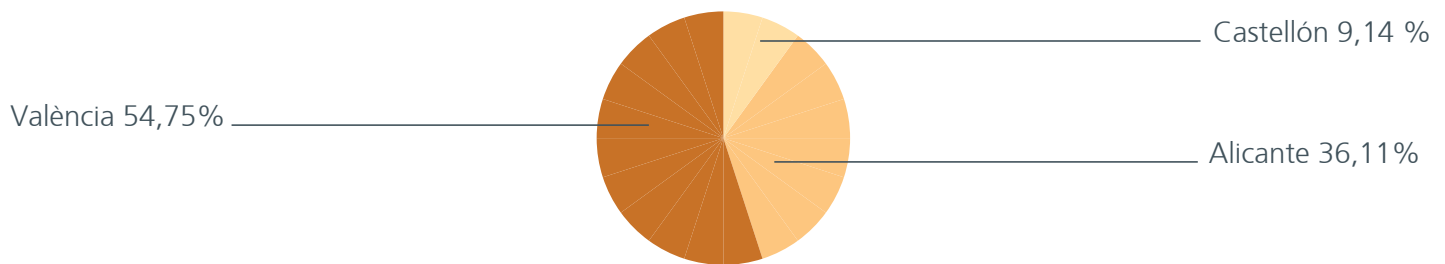


CONTEXTO SECTORIAL

En el conjunto de 2018 visitaron España 82,8 millones de turistas, un 1,1% más que el año anterior. En el año 2017, un 65,64% de la población española viajó por motivos personales. Esto supone más de 30 millones de personas. La Comunidad Valenciana, con un 10,57%, se sitúa en la cuarta comunidad atendiendo al número de viajes, por detrás de Madrid, Andalucía y Cataluña. Los valencianos realizaron un total de 4.709.087 viajes turísticos, cifra que supone un 27,97% sobre el total de viajes realizados.

En el año 2018, el gasto total de los turistas fue de 89.856,45 millones de euros, según la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur) publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Esta cifra supuso un incremento del 3,28% con respecto al año anterior.

DISTRIBUCIÓN POR PROVINCIAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES 2018 (%)



DAFO

AMENAZAS

- Sensibilidad a la economía y a los factores de carácter coyuntural.
- Gran tamaño de las empresas proveedoras de servicios.
- Viajes no canalizados por agencias
- Entrada de nuevos agentes en el sector.
- Presencia en internet: información y venta de productos turísticos online.
- Franquicias, estacionalidad de la demanda y factor moda.

OPORTUNIDADES

- Aumento del ocio y la renta por persona.
- Globalización e internacionalización de las empresas.
- La moneda única en Europa.
- Apoyo institucional y atractivo turístico de la CV.
- Sinergias con otras especialidades turísticas.
- Venta directa de compañías de transporte.
- Agencias de viajes por internet.
- Creatividad e innovación en el diseño de paquetes turísticos para desestacionalizar la demanda.
- Fraccionamiento de las vacaciones.

PUNTOS FUERTES

- Posibilidad de poder ofrecer un producto completo y especializado.
- Fidelización de clientela y buena relación calidad-precio.
- Posibilidad de romper con la estacionalidad de la demanda y pertenencia al sector económico más importante.

PUNTOS DÉBILES

- Atomización.
- Escaso grado de cooperación entre agencias de viajes.
- Estructura tradicional.
- Requisitos administrativos (alto coste de fianza, etc.)

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TAMAÑO DE MERCADO

En 2018, la Comunitat Valenciana recibió más de 9 millones de turistas. Un 87% de ellos viajan por motivos de ocio y recreo.

En la Comunitat Valenciana se contabilizaron 18.540.291 viajes en 2017 (un 10,5% del total nacional), y el 59,2% de ellos era de tipo turístico. En relación a la motivación, el 59,22% es por ocio y vacaciones.

CLIENTES

Los clientes de las agencias de viaje pueden clasificarse en 3 grupos principales: particulares, empresa y grupos.

Los aspectos más valorados por los clientes de una agencia de viajes son la profesionalidad y asesoramiento por parte del personal de atención al público, así como una correcta gestión del viaje: transporte, alojamiento, manutención y servicios adicionales.

ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

En la Comunitat Valenciana existen 1.357 establecimientos que prestan servicios para la organización de viajes, con un total de 968 casas centrales y 371 sucursales. La forma jurídica más común es la de Sociedad Limitada, con el 53,88%, seguida de Empresario Individual (35,28%). Las Sociedades Anónimas suponen el 4,5% del total.

Las agencias de viajes tienen un reducido número de personas empleadas. El volumen de facturación que puede alcanzar dependerá de factores como el tipo de especialización, la cartera de servicios y el número de empleados.

¿QUÉ SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

SERVICIOS BÁSICOS

- Venta de viajes tradicionales
- Venta de viajes alternativos: turismo rural, turismo de aventura, turismo de salud y otros

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- Información turística y difusión de propaganda
- Cambio de divisas
- Expediciones y transferencias de los equipajes
- Formalizar las pólizas de seguro turístico
- Alquilar los vehículos con o sin conductor
- Reserva, adquisición y venta de billetes o entradas de todo tipo de espectáculos, museos y monumentos
- Alquilar los útiles y equipos para turismo deportivo
- Fletar los aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte para realizar los servicios turísticos propios de su actividad

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA AGENCIA DE VIAJES TIPO

CNAE/SIC	7911/47.22
IAE	755.2
Condición jurídica	Sociedad Limitada
Facturación	643.182 euros
Localización	Zona comercial transitada
Personal y estructura organizativa	Persona emprendedora y una empleada
Instalaciones	Local de 80 m ²
Clientes	Particulares, empresas y grupos.
Herramientas promocionales	Publicidad en punto de venta, página web, prensa.
Valor de lo inmovilizado/Inversión	73.299,21 euros
Importe gastos anuales	622.213,04 euros
Resultado bruto (%)	3,26 %

RECOMENDACIONES

Es importante que la actividad sea prestada por una persona experta que conozca los destinos y actividades que se van a desarrollar, que sirva de apoyo para la clientela entendida y de informadora para la que desconozca esos destinos o actividades.

Intenta romper con la estacionalidad de la demanda que caracteriza esta actividad, ofreciendo viajes que supongan una alternativa al turismo tradicional.

La venta personal, la ubicación del establecimiento y la página web son las alternativas de las que dispone una agencia de viajes a la hora de colocar su producto en el mercado.

Es conveniente que el personal conozca algún idioma y además posea conocimientos y experiencia previa.

ENLACES DE INTERÉS

www.turisme.gva.es · www.viajeros.com · www.webviajes.com · www.confibus.org · invattur.gva.es · www.tours-pain.es · www.unwto.org