

# Tour Operadores y Agencias de Viajes

(Junio 2017 – 10ª edición)

## Objeto del estudio

El estudio, elaborado a partir de **información primaria** procedente de las empresas líderes, profundiza en la **evolución reciente** y las **tendencias** del sector, los **factores clave de éxito** del negocio, las **previsiones** a corto y medio plazo, las **oportunidades** y **amenazas** a las que se enfrentará en los próximos años, y el análisis del marketing mix de los operadores más destacados. El estudio recoge, asimismo, el posicionamiento y resultados de las **40 principales empresas** que operan en el sector.

## Principales contenidos (ver índice detallado al dorso)

- ⇒ **Estructura de la oferta**
- ⇒ **Evolución** del valor de los **mercados mayorista y minorista**
- ⇒ **Fuerzas competitivas** relevantes y **factores clave de éxito**
- ⇒ Evolución de las **principales magnitudes del sector turístico**
- ⇒ Número y localización de las **oficinas comerciales/puntos de venta** de las principales empresas
- ⇒ Evolución de la **facturación** de las principales empresas
- ⇒ **Distribución** de la facturación de algunas de las principales empresas **por segmentos de actividad** (turismo emisor/receptivo), **segmentos de demanda** y **áreas de destino**
- ⇒ **Cuotas** de las principales empresas en el **mercado mayorista**
- ⇒ **Cuotas** de las principales empresas en el **mercado minorista**
- ⇒ **Oportunidades** y **amenazas** a las que se enfrenta el sector
- ⇒ **Previsiones** de evolución del mercado
- ⇒ **Resultados financieros** de las principales empresas: balance, cuenta de pérdidas y ganancias, ratios económico-financieros

## Empresas analizadas

Algarve Tours	EC Travel	Nortravel	Trav Travel
Alive Travel	Grupo Springwater Tourism	Oásis	Travel Store
Atlântida Wta	Grupo Travel One	Osiris	Travelplan
Barceló Viagens	Halcon Viagens	Portimar	Tui Viagens
Bestravel	Ideastation	Solférias	Turangra
CIF	Intertours	Solférias Madeira	Viagens Abreu
Club Tour	Lusanova	Soltour	Viagens El Corte Inglés
Clube Viajar	Marsol	Soltrópico	Viagens Tempo
Cosmos	Melair	Sonhando	VT
DTS	MTS Incoming	TQ Viagens	Wide Travel

## Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2016		Se consolida la tendencia de crecimiento del negocio
™ Número de agencias de viajes (a)	2.128	La <b>recuperación de la economía</b> portuguesa ha permitido en los últimos años un <b>repunte del gasto en viajes</b> realizado por familias y empresas. En este contexto, la <b>facturación agregada</b> de los <b>tour operadores y agencias de viajes portugueses</b> registró en <b>2016</b> un <b>crecimiento</b> de alrededor del <b>3%</b> , confirmando la tendencia alcista de los dos ejercicios anteriores.
™ Mercado (mill. euros)		
– Mayorista	325	El valor del mercado <b>mayorista</b> alcanzó los <b>325 millones</b> en ese año, lo que supuso un <b>aumento del 5,5%</b> respecto a 2015, mientras que las ventas de las <b>agencias de viajes minoristas</b> <b>crecieron un 2,7%</b> , hasta los <b>1.520 millones de euros</b> .
– Minorista	1.540	
™ Crecimiento del mercado (%)		En cuanto a la estructura de la oferta sectorial, continúa incrementándose la penetración de los grupos y cadenas de mayor tamaño. De este modo, la <b>cuota de mercado conjunta</b> de los <b>cinco primeros tour operadores</b> alcanzó el <b>57%</b> en 2016, mientras que en el caso de las <b>cinco mayores agencias de viajes</b> se situó cerca del <b>45%</b> .
– Mayorista	+5,5	
– Minorista	+2,7	
™ Cuota de mercado conjunta de las cinco primeras empresas mayoristas (%)	56,8	
™ Cuota de mercado conjunta de las cinco primeras empresas minoristas (%)	42,7	

(a) junio de 2017.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

La décima edición del estudio **Sectoros Portugal** de DBK "Tour Operadores y Agencias de Viajes" cuenta con una extensión de 302 páginas y su estructura es la siguiente:

### Identificación y segmentación del sector

#### Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2016.

### 1. Estructura y evolución del sector

#### 1.1. Contexto internacional

- Tabla 2. Evolución de la entrada de turistas internacionales en el mundo, 2005-2016.
- Tabla 3. Evolución de la entrada de turistas internacionales en el mundo por regiones, 2010-2016.
- Tabla 4. Evolución de la entrada de turistas internacionales en los principales países de Europa, 2011-2015.
- Tabla 5. Distribución de los ingresos por turismo en el mundo por zonas geográficas, 2015.
- Tabla 6. Evolución de los ingresos por turismo en los principales países del mundo, 2013-2015.

#### 1.2. Estructura de la oferta

- Tabla 7. Evolución de la red de agencias de viajes, 2006-junio 2017.
- Tabla 8. Distribución geográfica de las empresas gestoras de agencias de viajes por distritos, mayo 2017.
- Tabla 9. Evolución del número de empresas mayoristas y minoristas de viajes, 2009-2015.
- Tabla 10. Evolución del número de empleados de las empresas mayoristas y minoristas de viajes, 2009-2015.
- Tabla 11. Evolución del número de empresas mayoristas y minoristas de viajes por tamaño de la plantilla, 2013-2015.
- Tablas 12-13. Grado de concentración de la oferta en el mercado mayorista y en el mercado minorista, 2016.

#### 1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

- Tablas 14-15. Fuerzas competitivas relevantes en el mercado mayorista y en el mercado minorista, 2017.
- Tabla 16. Factores clave de éxito, 2017.

#### 1.4. Evolución de la actividad

- Tabla 17. Evolución del mercado mayorista, 2000-2016.
- Tabla 18. Evolución del mercado minorista, 2000-2016.
- Tabla 19. Evolución de los ingresos y pagos por turismo, 2004-2016.
- Tabla 20. Evolución mensual de los ingresos y pagos por turismo, 2012-2016.

#### 1.5. La demanda

- Tabla 21. Distribución del mercado minorista por segmentos de demanda, 2012-2016.
- Tabla 22. Evolución del producto interior bruto, 2009-2016. Previsión 2017-2018.
- Tabla 23. Evolución del consumo final de los hogares, 2009-2016 Previsión 2017-2018.
- Tabla 24. Distribución de los viajes realizados por los portugueses por destinos y motivos del viaje, 2015-2016.
- Tabla 25. Distribución de los viajes realizados por los portugueses por medios de transporte utilizados según destino, 2014-2015.
- Tabla 26. Distribución de los viajes domésticos realizados por los portugueses por zonas de destino, 2015.
- Tabla 27. Evolución de los viajes al extranjero realizados por los portugueses por países de destino, 2012-2015.
- Tabla 28. Distribución de los viajes al extranjero realizados por los portugueses por meses, 2015.
- Tabla 29. Evolución del tráfico de pasajeros en los aeropuertos portugueses, 2004-2016.

#### 1.6. Costes, rentabilidad y financiación

- Tablas 30-32. Balance de situación, cuenta de pérdidas y ganancias, ratios de rentabilidad y otros ratios económico-financieros agregados de diecisiete de las principales empresas mayoristas, 2014-2015.
- Tablas 33-35. Balance de situación, cuenta de pérdidas y ganancias, ratios de rentabilidad y otros ratios económico-financieros agregados de veintiocho de las principales empresas minoristas, 2014-2015.

### 2. Principales competidores

#### 2.1. Accionistas y recursos

- Tabla 36. Operaciones corporativas efectuadas por algunas de las principales empresas, 2015-junio 2017.
- Tabla 37. Titularidad del capital de las principales empresas, 2016.
- Tabla 38. Actividad y plantilla de las principales empresas, 2014-2016.
- Tabla 39. Oficinas comerciales en Portugal de las principales empresas mayoristas, 2013-2017.
- Tabla 40. Evolución de los puntos de venta en Portugal de las principales empresas minoristas, 2013-2017.
- Tabla 41. Distribución de los puntos de venta en Portugal de algunas de las principales empresas minoristas por régimen de explotación (propios/franquiados), junio 2017.
- Tabla 42. Delegaciones comerciales y puntos de venta en el extranjero de las principales empresas, junio 2017.
- Tabla 43. Estructura del Grupo Springwater en el sector, junio 2017.

#### 2.2. Diversificación

- Tabla 44. Distribución de la facturación de las principales empresas por segmentos de actividad, 2016.
- Tabla 45. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por tipo de servicio, 2016.
- Tabla 46. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas minoristas por segmentos de demanda, 2016.
- Tabla 47. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por áreas de destino de los viajes vendidos, 2016.
- Tabla 48. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por temporadas, 2016.

#### 2.3. Marketing mix

- Tabla 49. Marcas utilizadas por las principales empresas, junio 2017.
- Tabla 50. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales empresas, 2016.
- Tabla 51. Otras acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas, 2016.

#### 2.4. Cuotas

- Tabla 52. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2014-2016.
- Tabla 53. Cuotas de mercado de las principales empresas en el mercado mayorista, 2015-2016.
- Tabla 54. Cuotas de mercado de las principales empresas en el mercado minorista, 2015-2016.

#### 2.5. Resultados, ratios de rentabilidad y otros ratios económico-financieros

- Tablas 55-65. Resultado de antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones, resultado antes de intereses e impuestos, resultado antes de impuestos, rentabilidad del capital propio, rentabilidad del activo, margen EBITDA, margen EBIT, valor añadido por empleado, coste laboral por empleado, liquidez y endeudamiento de dieciocho de las principales empresas mayoristas, 2015.
- Tablas 66-76. Resultado de antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones, resultado antes de intereses e impuestos, resultado antes de impuestos, rentabilidad del capital propio, rentabilidad del activo, margen EBITDA, margen EBIT, valor añadido por empleado, coste laboral por empleado, liquidez y endeudamiento de veintinueve de las principales empresas minoristas, 2015.

### 3. Perspectivas

#### 3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

- Tabla 77. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2017.

#### 3.2. Previsiones de crecimiento

- Tablas 78-79. Previsión de evolución del mercado mayorista y del mercado minorista, 2017-2018.
- Tabla 80. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2016-2017.

### 4. Perfiles de los principales competidores

Para cada una de las empresas analizadas se incorpora un perfil que recoge los principales indicadores de su actividad: accionistas, plantilla, facturación, distribución de la facturación en el sector por segmentos, cuotas de mercado. Dentro de este capítulo se incluyen, además, los estados financieros reclasificados (balance de situación y cuenta de pérdidas y ganancias) y los ratios de rentabilidad y otros ratios económico-financieros correspondientes a 2014 y 2015 de las principales empresas.