

18/01/13

Según estimaciones de Exceltur

Las grandes redes redujeron sus ventas más del 5% en 2012

La debilidad del mercado español ha afectado al 97,7% de las **grandes redes de agencias de viajes** y touroperadores españoles que el pasado año registraron un descenso en sus ventas, la mayor parte por encima del 5%, según la valoración turística empresarial de 2012 realizada por **Exceltur**.

La traducción sobre los resultados ha sido dispar, así mientras un 60,6% ha experimentado un descenso (un 46,2% por encima del 10%), un 39,4% asegura que ha conseguido mejorar algo respecto a las caídas registradas en 2011 gracias a una "drástica" política de reducción de costes.

"Esta lectura de resultados empresariales no es favorable y ha derivado en importantes procesos de reestructuración de redes de distribución, como por ejemplo en **Orizonia** o en el transporte aéreo como **Iberia** o **Air Nostrum**", explicó el vicepresidente del organismo **José Luis Zoreda**.



Para Exceltur las empresas turísticas tienen que afrontar un complejo escenario económico con una importante caída de la demanda interna y esto implica, "necesariamente", concentraciones y desaparición de empresas.

Globalia-Orizonia

En cuanto al efecto que puede tener en la oferta en el emisor nacional la operación de compra de **Orizonia** por parte de **Globalia**, y la consiguiente concentración, Zoreda señala a este diario que "no debería alterar el status quo y, por otro lado, favorece que se mantenga la actividad y empleo de un gran grupo".

El vicepresidente de Exceltur considera que estos **procesos de concentración**, así como los **ERTE** y otras medidas adoptadas por las empresas "no son una sorpresa para nadie, tal y como está el mercado nacional".

José Manuel de la Rosa (josemanuel.delarosa@hosteltur.com)