TURISMO

La mayoría de las agencias de viajes españolas redujeron sus ventas por encima del 5% en 2012

MADRID, 17 Ene. (EUROPA PRESS) -

La debilidad del mercado español ha afectado al 97,7% de los grandes grupos 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 la Alianza para la Excelencia Turística (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.

Respecto a la compra de Orizonia por parte del Grupo Globalia constituyéndose de este modo en el primer grupo turístico español, con una facturación de 5.500 millones de euros, Zoreda considera que no tiene porque alterar el 'status quo' actual ya que se trata de "proteger de una manera importante los empleos de una gran compañía como es Orizonia gracias al apoyo que pueda recibir del Grupo Globalia".

Desde la organización no se ha realizado una estimación del empleo que se puede perder por estas concentraciones o desaparición de algunas compañías, pero se confía en que estos movimientos sirvan para favorecer una mayor actividad turística y esto se traduzca por tanto en el empleo.