

TUI se españoliza

El mayor grupo turístico del mundo, que factura ocho veces más que Globalia, "se hace español", como confirmó a toda página el diario alemán 'Stern'. La hotelera Riu, una empresa familiar de Baleares, es ahora el primer accionista del touroperador alemán

Tras varios meses de negociaciones, Riu ha adquirido al Deutsche Bank un 9,9% de TUI, horas después de que el banco alemán comprara a su competidor WestLB el 31,3% (valorado en 940 millones) del gigante teutón. Pero la cadena hotelera española, que ha desembolsado 313,16 millones de € por este paquete, no ha ido sola en esta operación en la que el pez chico se ha comido al grande. Le han acompañado el grupo Matutes -propiedad del ex ministro de Exteriores con el PP, Abel Matutes-, y la Caja de Ahorros del Mediterráneo (CAM), que han desembolsado 155 y 79 millones por hacerse con el 4,9 y 2,4%, respectivamente. En total, los tres grupos españoles se han hecho con el 17,3%, una participación que les da derecho a tener cuatro consejeros -dos Riu, uno la CAM y uno Matutes-, desde ahora si se produce la dimisión previa de tres consejeros actuales -se espera suceda-, o cuando agoten su mandato en 2006.

Algunos datos aclaran la magnitud de la operación. La empresa presidida por los hermanos Luis y Carmen Riu -nietos de Juan Riu, el pionero del turismo de sol y playa de Palma de Mallorca- han entrado en un gigante industrial que factura 19.215 millones de € al año, veinte veces más que la empresa española, ocho veces más que Globalia o cuatro veces lo que ingresa Iberia. Sólo este verano obtuvo un beneficio de 572 millones de €, casi el doble del beneficio anual de ACS, la mayor constructora espa-

ñola. Denominada Preussag AG hasta junio de 2002, -se dedicaba entonces a la gran industria del carbón y del acero- TUI cuenta con 64.500 trabajadores y con la propiedad de multitud de touroperadores, agencias y aerolíneas. Destacan el grupo Thomson Travel -el primero de Reino Unido-, que compró hace cuatro años por 3.000 millones, Nouvelles Frontieres o las compañías aéreas Britannia y Hapag-Lloyd.

Hoteles Riu en 15 países

Frente a esas cifras, Riu facturó 780 millones de € en 2003 y prevé cerrar 2004 con 900 millones, tras crecer un 15% merced al buen comportamiento de la ocupación en los destinos americanos y al crecimiento en la oferta. Esta empresa familiar, fruto del trabajo de tres generaciones de mallorquines, se ha convertido en la tercera cadena hotelera de España y una de las de mayor presencia internacional en el segmento de sol y playa. Una vez que abra en mayo de 2005 su primer hotel en Malta, el Seabank, un cuatro estrellas con 260 habitaciones, Riu, que cuenta con 110 hoteles, estará presente en 15 países (España, Portugal, República Dominicana, Cuba, Estados Unidos, México, Jamaica, Bahamas, Túnez, Marruecos, Bulgaria, Croacia, Chipre, Grecia) con 33.000 habitaciones y 65.000 camas.

La expansión internacional de Riu lleva el sello de su presidente, Luis Riu Güell, de 43 años, que ha sido el impulsor del esfuerzo inversor del



¿ASIGNATURA APROBADA?

La entrada de Riu en TUI es un hito histórico para el sector turístico español y puede servir para aprobar una de sus asignaturas pendientes: la de su dependencia de touroperadores mundiales, pues los 12 grandes nacionales facturan sólo 2.000 millones.

grupo en los últimos tiempos. Este año, sin contar la operación TUI, la cadena preveía invertir 235 millones, menos que los 268 millones de 2003, el año con mayor volumen inversor de toda la historia de Riu.

A pesar de la diferencia de tamaño entre TUI y Riu, el desenlace no ha sorprendido a nadie. Y eso que hubo numerosos grupos interesados también en la operación, entre ellos, Barceló o los empresarios canarios Lopesan y Satocan, que podrían ahora adquirir el 14% que ha quedado sin dueño.

Riu y TUI estaban condenadas a entenderse. Desde el mismo momento en que el banco WestLB anunció su decisión de desprenderse del 31,3% del touroperador, la empresa balear tenía todas las papeletas. Ambas compañías cuentan con vínculos accionariales desde los años setenta: en Riu Hoteles, SA, TUI tiene el 49%; y en Riusa II, creada en 1993, la propiedad es compartida al 50% por Riu y TUI. Esta sociedad comercializa en exclusiva las plazas hoteleras de la cadena tratando de armonizar la estrategia de ambas y es el verdadero núcleo del negocio: gestiona los 110

Riu, Matutes y CAM 'han entrado donde se mueven los mercados turísticos del mundo'



FOTOS: RIU Y A. LAGO

hoteles de Riu e invierte los beneficios obtenidos. Para los hermanos Riu la entrada en el touroperador era una forma de evitar que lo hiciese otro competidor que, de ese modo, acabaría influyendo sobre el devenir de la hotelería.

Tampoco sorprende la presencia de Abel Matutes. Uno de sus negocios principales en su conglomerado

de empresas es Fiesta Hotel, que desarrolla el 90% del negocio en el mercado británico y que es un importante socio de Thomson, el mayor operador turístico de Reino Unido, comprado por TUI en 2000. Pero no es la única vinculación con el sector turístico del ex ministro de Exteriores, que cuenta en su haber con 43 hoteles, desde Sicilia hasta México.

CHAMPÁN PARA TODOS

Para TUI la entrada de Riu es una "excelente solución". Y Riu habla de "excelente" colaboración con la ejecutiva del touroperador.

Representante de una saga balear con más de un siglo en los negocios tradicionales, es miembro de varios consejos de administración, tiene intereses en el Sanpaolo de Turín y, sobre todo, es copropietario de la naviera Balearia, que compite en la ruta Baleares-Península con Transmediterránea. La entrada en Balearia provocó su salida de Transmedite-

La locomotora que transporta TODA

la gestión de su AGENCIA DE VIAJES

El tren entero o por vagones, los programas BERONI son los más vendidos en las agencias de viajes de España.

Solicítenos una demostración gratuita

ESTAREMOS PRESENTES EN FITUR 2005 EN EL STAND Nº 8 A127, PABELLÓN Nº 8. LOS DIAS 26, 27, 28, 29 Y 30 DE ENERO.

Beroni informática

Riu Corb, 27 25600 BALAGUER (Lleida) Tel.: 973 44 34 60 Fax: 973 44 85 87
e mail: comercial@beroni.com www.beroni.com
Numancia, 91-93 escalera A piso12-4a 08029 BARCELONA T.: 902 10 35 47

- FRONT-OFFICE: gestión de ventas de agencias minoristas y emisoras.
- RETAILER: administración de agencias de viajes.
- EARTHDATA: base de datos de destinos turísticos.
- INQUIRY: seguimiento post-venta mediante encuestas a los clientes.
- BECONTA: contabilidad general.
- EVENTOS: organización y gestión de congresos y convenciones (OPC's).
- WHOLESALE: gestión de mayoristas de viajes y tour-operadores.
- RECEIVER: gestión de agencias receptoras.
- GRUPO DE COMPRAS: tarifario de proveedores y ofertas de mayoristas.
- VIAJEROS por Internet: revista de turismo y ofertas de viaje.
- INTERFACE: datos de CRS al sistema.
- SMS MASIVO: envíe mensajes a teléfonos móviles y fijos de una manera fácil y barata.
- INTERFACE CONTAPLUS: permite traspasar apuntes de Retailer a Contaplus.

NUEVO PRODUCTO

CENTRAL DE RESERVAS ON-LINE: a través de la página web de la agencia de viajes, el cliente puede hacer reservas on-line consultando directamente la situación real del cupo de habitaciones y precios definidos en el programa de Wholesaler/Receiver.

rránea. Y quizás haya utilizado los 35 millones de € que se embolsó por deshacerse de aquella participación.

Más sorprendente es la presencia en la operación de una entidad financiera como la CAM, tercera Caja de Ahorros de España por resultados antes de impuestos (247 millones de €). Pero desde hace varios años esta Caja -con sede en Alicante, con 1.000 oficinas, 5.700 empleados y tres millones de clientes- intenta crear una cartera de participaciones industriales más allá de su territorio. Movimientos destacados han sido la alianza con Aegon o la entrada en el capital de la juguetera Famosa. Mantiene además su participación en Unión Fenosa (4%), en la empresa de autopistas Abertis, Sol Meliá, Transmediterránea o Terra Mítica.

Alegría en todos los barrios

A la vista de las reacciones de los protagonistas de la operación, de los analistas y de la prensa alemana, se puede decir que la entrada de Riu, Matutes y la CAM ha dejado a todos contentos. El diario germano *Die Welt* con su titular "los gestores de TUI pueden abrir el champán", lo resume perfectamente. Y pueden brindar no sólo los responsables del touroperador. También los del banco WestLB, que

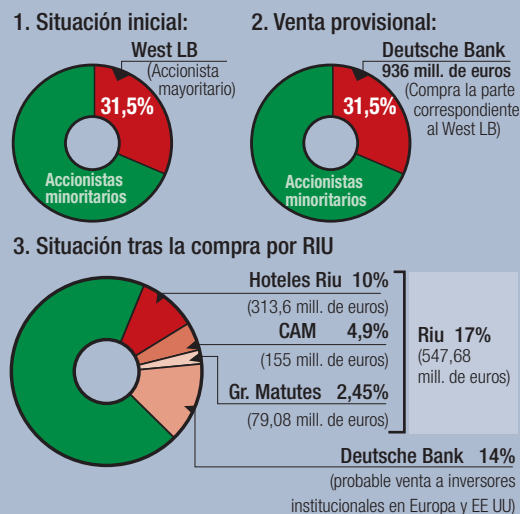
han vendido su división turística sin sufrir pérdidas. Además, la solución española trae tranquilidad al accionariado del touroperador, pues ha impedido la entrada de un gran inversor financiero que dividiera el consorcio turístico, o la de un inversor estratégico que revolucionara la política y gestión del grupo alemán. Riu, por su parte, incrementará su influencia en el líder turístico europeo, se dará a conocer en el mercado alemán y se consolidará frente a sus competidores en el mercado hotelero español.

Sin cambios de estrategia

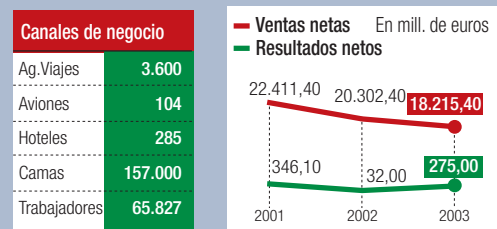
El presidente de TUI, Michael Frenzel, calificó el acuerdo de "excelente solución", que "aleja la incertidumbre de los mercados de forma que la compañía puede concentrarse de nuevo en el negocio". Con la tranquilidad que le da la entrada de su socio de toda la vida y dos institucionales, TUI podrá centrarse en resolver los problemas de los últimos años que casi provocan su salida del Dax, el índice de la Bolsa de Francfort. Tras los atentados del 11-S se produjo una caída en las ventas. Luego llegó la crisis económica en Alemania, que recortó de forma importante las cifras de turistas alema-

Los números del touroperador y la hotelera

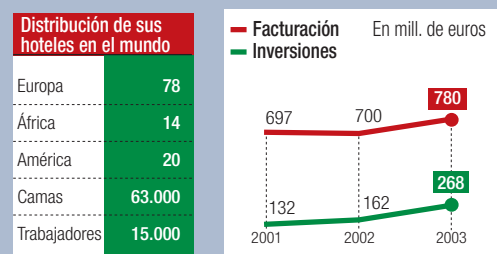
Evolución de la propiedad accionarial de TUI



Canales de negocio, ventas y resultados netos de TUI



Las significativas cifras de RIU



Los touroperadores españoles, una mínima expresión de TUI

| Operador | Mill. euros | Cuota | Principales productos |
|----------------------|-----------------|-------------|--|
| Gr. Iberostar | 578,71 | 16,51% | Iberojet, Solplan, Turavia |
| El Corte Inglés | 299,36 | 8,54% | Tourmundial |
| Tiempo libre | 251,64 | 7,18% | Mundicolor, Mundos Soñados, Mundihotel, Hotel Color, Club Tiempo Libre |
| Gr. Globalia | 244,98 | 6,99% | Travelplan, Touring Club Panorama |
| Soltour | 194,92 | 5,56% | Soltour |
| Viva Tours | 120,20 | 3,43% | Viva Tours |
| Rhodasol/Turimar | 113,74 | 3,25% | Rhodasol, Turimar, Turjet, Viajes Tivoli |
| Mundosocial | 106,76 | 3,05% | |
| Condor Vacaciones | 100,00 | 2,85% | Condor |
| Marsans | 93,16 | 2,66% | Horizontes |
| Julia Tours | 81,00 | 2,31% | Julia Tours |
| Resto | | | |
| TOTAL MERCADO | 3.504,72 | 100% | |

Fuente: Elaboración propia. Datos del Informe del Servicio de Defensa de la Competencia, ejercicio 2001, para la facturación de los touroperadores españoles.



RIU Y SUS PRINCIPALES COMPETIDORES ESPAÑOLES

| | Sol Meliá | NH Hoteles | Barceló Hotels | Riu Hotels |
|-------------------|-----------|------------|----------------|------------|
| Nº países | 27 | 16 | 15 | 15 |
| Nº hoteles | 323 | 233 | 190 | 110 |
| Nº habita. 46.442 | 34.000 | 46.228 | 32.811 | |

Fuente: Las compañías



nes dispuestos a viajar al extranjero mientras aumentaban los clientes de viajes baratos. Todo ello, agravado por una deuda de más de 5.000 millones y la pérdida de confianza del mundo de las finanzas en la solidez de TUI.

Para este touroperador es importante que la operación no implique cambios en su modelo de negocio. Para tranquilidad de todos, Riu anunció de inmediato que así sería. "Nuestro objetivo es desarrollar y fortalecer la relación a largo plazo con TUI", afirmó Carmen Riu. Por ello, la cadena hotelera no va a pedir cambios en la ejecutiva de TUI. "No deseamos hacer cambios; la colaboración con la ejecutiva actual es excelente", manifestó. Y tampoco la CAM y Matutes quieren cambios en la estrategia actual de TUI.

La compra de TUI tiene "como primer objetivo la expansión continua y la orientación común de nuestras actividades hoteleras para mejorar el atractivo y la rentabilidad de nuestros productos", afirmó la consejera delegada de Riu. Una compra que, no obstante, genera perplejidad en los analistas y algunos consideran

excesivo el dinero abonado para llenar las habitaciones de sus hoteles.

Un as para el turismo español

Pero nadie pone en duda la transcendencia de la operación para el sector turístico español. Con ella, Riu, CAM y Matutes marcan un hito histórico, pues supone la entrada de tres grupos españoles en "la cabeza de TUI, donde se mueven los mercados turísticos del mundo", como lo definió Biel Sagristà, director de expansión de la CAM.

España, segundo destino turístico del mundo y primero por saldo de su balanza turística, tenía pendiente la asignatura de situarse entre los touroperadores mundiales, que tradicionalmente han marcado el paso de un negocio que mueve 500 millones de personas cada año. Aquí vivimos del turismo, pero del que nos traen otros, pues los mayoristas españoles tienen un tamaño reducido en comparación con sus homólogos alemanes o británicos y ningún grupo español -salvo Barceló, que posee el 21% de First Choice- estaba presente en el capital de un mayorista internacional.



MATUTES, TAMBIÉN

Abel Matutes, ex ministro de Exteriores y con amplia presencia en el sector, se queda con el 2,5% de TUI tras desembolsar 80 millones de €. Propietario de Fiesta hotel, ya tenía una estrecha relación con el operador británico Thomson, comprado por TUI en 2000.

La patronal Exceltur, que define la entrada en TUI como la operación internacional más importante del sector, ha achacado al déficit de touroperadores parte de los problemas de las empresas turísticas. Algo de razón tiene: los más de 90 mayoristas nacionales sólo representan el 24% del negocio en España, según datos del Servicio de Defensa de la Competencia. El conjunto de los touroperadores españoles, según previsiones de la Asociación de Mayoristas (AMAVE), cerrarán este año con una facturación de unos 4.000 millones. Los 12 miembros de AMAVE (Travelplan, Pullmantour, Vivatour, Iberrojet, Ambassador, etc) facturaron en torno a la mitad, cifra ridícula comparada con las de TUI, First Choice, Club Mediterranee o Thomas Cook, que copan el 60% del mercado europeo.

Ahora que Riu y sus socios son primeros accionistas de TUI puede cambiar esta situación. Algo ya se nota. TUI está haciendo campaña a favor de Riu. "I want to go to Riu", dice uno de los eslóganes que la empresa alemana ha colocado por las calles de las principales ciudades alemanas y emite por televisión desde el 6 de diciembre. Con ello TUI pretende dar a conocer la marca española y potenciar las reservas en sus hoteles situados principalmente en la costa y en las Islas. Que esta promoción se extienda al resto del sector, el tiempo lo dirá. Pero la pica en Flandes ya está puesta. ■

Carmen Riu avanza que no habrá cambios en el modelo de negocio de TUI