

Iberia y Air Europa van de compras a México

El gobierno azteca ha abierto la puja por sus dos aerolíneas y las dos españolas, además de Lufthansa, Korean y American Airlines, figuran entre las 21 compañías que han presentado oferta

México, con sus 100 millones de habitantes y su condición de puente entre Latinoamérica, EE UU y el Caribe, se ha convertido en un apetitoso pastel para las grandes aerolíneas europeas y españolas. Entre ellas, Iberia y Air Europa, que quieren reforzar su posición en el país azteca, en el que llevan años trabajando. De hecho, desde el sector se sitúa a las dos mayores aerolíneas españolas entre la veintena de compañías que a mediados de agosto presentaron ofertas por las dos aerolíneas públicas, Mexicana de Aviación y Aeroméxico, controladas por la sociedad estatal mexicana Cintra y que cuentan con 157 aviones y 20.000 empleados.

Una de las máximas favoritas a la compra de las dos compañías mexicanas, que concentran el 80% del in-

cipiente mercado aéreo mexicano, es Iberia. Aunque la aerolínea dirigida por Fernando Conte ha preferido guardar silencio al respecto y las autoridades aztecas están tratando la operación con gran hermetismo, desde el mercado se da por segura la presencia de Iberia en la puja por ambas aerolíneas, operación que podría alcanzar los 600 millones de €. Algo que, según las citadas fuentes, también habría hecho Air Europa.

Operación estratégica y meditada

Para Iberia, la compra es de alto potencial estratégico, pues sería un serio espaldarazo a su liderazgo en Latinoamérica, -donde tiene una cuota del 17%- y de gran interés para su aliada British Airways. Más cuando la fusión de Air France y KLM parece amenazar su presencia en la zona.

SIGILO OFICIAL

Ni Iberia ni las autoridades mexicanas confirman la presentación de una oferta que medios de comunicación aztecas y fuentes del mercado dan por segura y que rondaría los 600 millones de euros.

A esto se une la enorme liquidez con la que cuenta Iberia después de varios años siendo una de las compañías del mundo con mayor rentabilidad y beneficio. La aerolínea, que mantiene códigos compartidos con Mexicana para cubrir más de 29 destinos en el país mexicano, dispone de una liquidez cercana a los 1.400 millones de €, a los que hay que sumar los 600 millones de plusvalías generadas por la venta de Amadeus.

Sin embargo Iberia, -como Air Europa- no está dispuesta a desembarcar en México a cualquier precio. De hecho, la aerolínea de bandera ha expresado su recelo hacia algunas restricciones impuestas por el Gobierno mexicano a la entrada de capital extranjero. En este sentido, el Ejecutivo azteca pretende que el control de las aerolíneas se quede en México, limitando la participación de grupos extranjeros. Según el cuaderno de venta, los inversores podrán adquirir entre el 51% y el 75% de las acciones de cada una de las compañías. Pero las empresas foráneas sólo pueden concurrir a la privatización de la mano de socios locales y no pueden aspirar a más del 25% del capital, según la prensa local, lo que impediría que Iberia tuviera el control sobre la gestión de dichas empresas.

21 candidatos

Si se materializase la operación, a la que todavía le quedan varios meses, Iberia o Air Europa adquirirían también las filiales de Aeroméxico y del grupo Mexicana de Aviación. Entre las divisiones de la última se incluiría una compañía de bajo coste de nueva creación denominada Click. Sin embargo no lo tendrán nada fácil, pues un total de 21 empresas, mexicanas y extranjeras, han acudido a la puja. Entre ellas, según desvela la prensa mexicana, destacaría la presencia en el concurso de American Airlines, Lufthansa, Korean Airlines y una aerolínea árabe. También se han presentado al mismo la Asociación Sindical de Pilotos Aéreos de México (ASPA) y Grupo Ángeles, también de México. Otras aerolíneas, como las estadounidenses United Airlines y Delta, enfrascadas en su propia reestructuración para afrontar la crisis del sector finalmente no se han presentado.



Carlyle se queda con Occidental Hoteles

Mercapital y La Caixa, propietarios del 60% de Occidental Hoteles, han podido descorchar las botellas a finales de julio, casi diez meses después de que se anunciase su decisión de vender. Ahora ya tienen comprador para su participación: la compañía estadounidense de capital riesgo Carlyle abonará casi 1.000 millones de €, incluida deuda, por la cadena presidida por Gregorio de Diego. Mercapital y La Caixa llevaban en el capital de la hotelera ocho y seis años respectivamente.

Carlyle, que lleva 4 años en España, se ha impuesto en una de las operaciones corporativas que más interés

han despertado.

A los propietarios de Occidental, asesorados por Goldman Sach, se acercaron, interesándose por esta cadena que cuenta con más de 80 hoteles, entre ellos el lujoso hotel Miguel Ángel de Madrid, hoteleras como NH Hoteles, Starwood y Marriott, o los fondos PAI, Cinven, CVC y la propia Carlyle. Presentaron ofertas, pero ninguna, salvo la de Carlyle, se acercaba a las aspiraciones de Occidental. Ni siquiera NH, que sonó como la gran fa-



CONTENTO DIRECTIVO

El equipo directivo de Occidental, también accionista, prefería a Carlyle. Creían que NH colocaría a su gente.

vorita a hacerse con un rival que tiene el 90% de su negocio en el Caribe y que resultaba muy complementaria para sus hoteles urbanos. Su oferta, de 450 millones -50 más que lo ofrecido de inicio- causó indignación en Mercapital y La Caixa, partidarios de la candidatura de la cadena de Gabriele Burgio. La diferencia de 150 millones respecto a los más de 600 millones de €, más la asunción de la deuda, ofertados por Carlyle, decantaron la balanza.

Occidental Hoteles facturó en 2004 320 millones de € -el 90% proveniente del Caribe-, con un beneficio bruto de explotación de 86 millones. Este año espera elevar esa cifra hasta 90 millones y triplicarla en cinco años. Su plan de expansión contempla invertir 366,6 millones de € y construir 8 hoteles que sumarán 3.100 habitaciones, en la Riviera Maya (México), Punta Cana (Rep. Dominicana) y Papagayo (Costa Rica). La firma se centrará en el segmento de lujo con las marcas Royal y Grand. ■

1/2 Pág. a sangre

210x145 mm

(+ sangre, mínimo 3 mm.)