

GRUPOS TURÍSTICOS

Los movimientos corporativos, en el punto de mira

Los grupos turísticos españoles establecen alianzas como forma de prepararse para un año de expansión internacional y diversificación de su actividad de negocio

El año que acabamos de comenzar será sin duda el de los grandes movimientos corporativos entre los principales grupos turísticos. El principal será la llegada a Bolsa de la primera gran empresa turística española, Globalia. Hasta ahora sólo cotizan dos compañías hoteleras (Sol Meliá y NH Hoteles) y una aérea (Iberia). El crecimiento de las compañías turísticas necesita cada vez más de financiación adicional y no es de extrañar que otros grandes grupos verticales sigan sus pasos.

Ante su salida a Bolsa, **Globalia** ha profesionalizado la compañía y su Consejo de Administración. La segunda mitad del ejercicio pasado estuvo marcado por la incorporación a su accionariado del Banco Popular y Unicaja para dar consistencia y viabilidad en este proyecto.

El primer grupo turístico español celebra en 2006 los 35 años del nacimiento de Viajes Halcón, el embrión del grupo. Ahora está formado por diversas áreas de actividad: Air Europa, Halcón Viajes, Viajes Ecuador, Travelplán, Pepecar.com y Century 21 España, sin olvidarse de los hoteles, cruceros y de la actividad de *handling* (servicios aeroportuarios). Durante los cuatro últimos años ha dado beneficios, aunque el ejercicio de 2005 preveían cerrarlo con números menores por el impacto del crudo en su compañía aérea Air Europa. Pero aun así, el beneficio neto previsto era de 30,1 millones de euros, a pesar de las pérdidas de 20 millones cosechadas por Air Europa.

Además del petróleo, tiene en cuenta el coste añadido que supone la entrada en nuevos mercados como el chino. Por ello, y es la primera vez que pasa, los dos grandes grupos turísticos, Globalia y **Marsans**, se han asociado para volar a este destino tras la reciente e imparable caída del tráfico aéreo entre los dos países. Air Europa (Globalia) y Air Plus Comet (Marsans) firma-

ron una alianza que contempla operaciones bilaterales en código compartido en las rutas a China.

De todas formas, ambos grupos turísticos contarán con muy buenas perspectivas de crecimiento en sus redes de agencias de viajes Halcón Viajes y Viajes Ecuador (en el caso de Globalia) y Marsans. Un informe de la consultora DBK apunta a que la

a licitar las licencias de handling en su red de aeropuertos españoles, un negocio que mueve 600 millones de euros anuales.

Globalia plantó también a finales de 2005 las raíces para el gran despegue en los próximos tres años de su división hotelera, hasta ahora la que más se le ha atragantado al grupo. El objetivo es alcanzar los 100 hoteles.



GLOBALIA SALE A BOLSA

El grupo de Halcón Viajes y Air Europa ha incorporado al Banco Popular y a Unicaja como accionistas.

facturación del sector de la distribución

minorista crecerá un 8% durante el presente ejercicio económico.

Además crecerán sus redes de oficinas, ya que el informe puntualiza que se producirá una tendencia a la concentración en el sector de las agencias de viajes en España, una creciente especialización y un incremento de las asociaciones entre agencias independientes y grupos de compra y gestión a corto y medio plazo.

Diversificación

El crecimiento de los dos grupos turísticos también vendrá especialmente marcado por sus divisiones en el negocio del *handling* (servicios aeroportuarios). AENA empezó en 2005

La expansión hotelera también marcará la estrategia del grupo Marsans, según adelantó el presidente del grupo, Gonzalo Pascual. Los planes de la cadena Hotetur Club, que actualmente dispone de 27 establecimientos, implican ampliar su presencia en el mercado español y en el caribeño.

Asimismo, el grupo Marsans ha decidido redoblar su apuesta por el mercado latinoamericano y ampliar su presencia en el sector aéreo de la región con la constitución de dos nuevas compañías aéreas en República Dominicana y Perú, que estarán operativas a lo largo de este año. Los planes de Marsans, que controla el 100% del capital de las dos nuevas sociedades, pasan por potenciar en los próximos años su expansión tanto en las

conexiones entre España y Latinoamérica, como en el segmento de los vuelos intrarregionales, creando en Santo Domingo un 'hub'.

Inversión hotelera

El negocio de los hoteles será el pilar fundamental de la estrategia de los próximos cinco años del grupo mallorquín **Barceló Corporación Empresarial**. La compañía copresidida por Simón Pedro Barceló invertirá 500 millones de euros en esta división hasta 2010, sobre todo en México, EE UU y el Caribe. A España y la costa mediterránea se destinarán 100 millones de euros. Otro de los objetivos del grupo para 2006 se centrará en la entrada en la división de Congresos e Incentivos.

Los números de Barceló arrojaron un balance positivo a final de año. La compañía tenía unas previsiones de cierre con un beneficio neto de alrededor de 100 millones. Los beneficios extraordinarios, fruto de las desinversiones llevadas a cabo en el tour operador británico First Choice, fueron de unos 70 millones, frente a los 30 millones de 2004.

Otro de los grupos que cosecha un balance positivo es el catalán **Serhs**, que ya ha conseguido colarse entre los cuatro grupos mayores españoles y en el líder indiscutible en Cataluña. El conglomerado de 70 empresas presidido por Ramón Bagó concentra sus esfuerzos en diversificar tanto el negocio como el ámbito geográfico. Entre 2000 y 2004, el grupo invirtió 108,70 millones de euros.

Serhs acaba de inaugurar el Natal Grand Hotel, en Brasil, con una inversión de 45 millones de euros. Además, quiere llevar el servicio de catering a Marruecos y exportará el modelo de agencia de viajes a Turquía para el turismo receptivo.

Por su parte, el grupo de hoteles vacacionales y agencias **Iberostar** se centrará en la expansión hotelera tras su entrada en 2005 en el sector urbano, lo que supone un punto de inflexión en la compañía. Al igual que lo será la creación de una agencia inmobiliaria para el **Grupo Piñero**, propietario de hoteles y de la mayorista de fuerte flota chárter Soltour, que opta así por diversificar como estrategia para mejorar la gestión del grupo turístico y ahorrar gastos. ■

ESFUERZO INVERSOR

**Barceló
Hoteles
invertirá 500
millones de
euros en
México,
EE UU,
Caribe y
España.**