

El acuerdo de fusión entre el grupo turístico alemán TUI y el británico First Choice, que sucede en menos de un mes al pacto de integración entre Thomas Cook y MyTravel, implicará una posición de dominio sobre las cadenas hoteleras vacacionales en España.

El poder de TUI Travel intimida al turismo español

Escriben José Sánchez Arce y Carmen Vela

La industria turística europea está asistiendo en las últimas semanas a un movimiento sísmico de concentraciones corporativas que, a la espera del veredicto de los órganos europeos de la competencia, promete fortalecer seriamente la posición de dominio de los grandes proveedores de viajes sobre sus clientes, los grupos hoteleros, y entre ellos y muy particularmente, las cadenas hoteleras españolas del mercado vacacional.

Con unos canales propios de distribución muy poco desarrollados -salvo contadas excepciones como pueden ser el caso de Sol Meliá-, las cadenas vacacionales españolas, especialmente las de pequeño y mediano tamaño, pueden acabar siendo las víctimas propiciatorias del monopolio de facto que se cieme sobre el control de los canales convencionales de comercialización de paquetes turísticos en los grandes países emisores europeos: Alemania y Reino Unido.

"Los nuevos grupos reducirán oferta en España", prevé Salman Ali, de Arthur D. Little

De todo esto trata el acuerdo de fusión firmado este pasado fin de semana por el grupo turístico alemán TUI, el mayor operador de viajes del mundo, y el británico First Choice, cuarto en Europa, y que sucede, en pocas semanas, a la integración de Thomas Cook y MyTravel, segundo y tercer grupos turísticos en el viejo continente. Una de las consecuencias de la operación será el robustecimiento de un histórico poder de negociación, abierto en canal en los últimos años por los nuevos hábitos de un turista que sorteja los tradicionales paquetes comercializados por estos touroperadores, al socaire de la proliferación de las aerolíneas de bajo coste y las reservas hoteleras directas por Internet.

"Estos dos nuevos grandes grupos van a reducir todo el exceso de capacidad que hay en España para ganar rentabilidad y, posteriormente, establecer un nuevo modelo de crecimiento. Estos dos gigantes van a negociar muy duro sus

contratos con las hoteleras españolas", explica Salman Ali, responsable de la división de turismo de la consultora Arthur D. Little.

Accionistas españoles

El nuevo gigante, que se denominará TUI Travel y cuya sede social estará ubicada en Londres, generará un volumen anual de negocio estimado de 18.000 millones de euros, gracias a una cartera de 27 millones de clientes en 20 países.

La empresa, en la que TUI contará con el 51% del capital, frente a un 49% de First Choice, cotizará en la bolsa de Londres y estará capitaneada por Peter Long, máximo responsable de First Choice. Michael Frenzen, presidente de TUI, estará por su parte al frente del consejo de vigilancia.

Entre los accionistas de referencia de TUI destacan la hotelera española RIU y la Caja de Ahorros del Mediterráneo, con dos paquetes representativos del 51% y 5% del capital, respectivamente. Barceló, por su parte, se desprendió el mes pasado de su 6,1% en First Choice.

Las acciones de TUI subieron ayer un 14%, pese a que los resultados fueron decepcionantes, pues el grupo entró en números rojos, con unas pérdidas de 846 millones de euros en 2006.

Pero el gigante de los viajes de masas TUI unirá su negocio a un grupo especializado en viajes de lujo y a la carta. Los expertos están convencidos de que lo que hoy ofrecen británicos y alemanes son dos tipos de negocio que se complementan, aunque hay varias incógnitas, como es el futuro de la división de transporte de contenedores, una pesada carga para la compañía alemana.

Con el giro hacia Londres, "TUI da un decisivo paso hacia la desintegración del grupo", considera Christopher Kummer, director del Instituto para las fusiones, adquisiciones y alianzas. En opinión de este economista, las acciones de TUI tienen todavía mucho potencial, porque el grupo "está más diversificado de lo que gusta a los inversores". Pero cree también que los accionistas de la alemana "se beneficiarán menos de la alianza que los de First Choice".

Pág. 2 LA LLAVE



Michael Frenzen (izquierda), futuro presidente del consejo de vigilancia de TUI Travel, con Peter Long, presidente en ciernes del grupo.



No descuidar lo pequeño nos ha hecho grandes en el mundo del software para empresas

Con 38 años de experiencia, somos la única compañía capaz de ofrecer software y servicios para todas las empresas españolas. Para la pequeña, la mediana y la gran empresa.

Sage tiene 280.000 clientes en España y más de 5 millones en todo el mundo.

sage

Pasión por el software

División Gran Empresa

sage Adonix

División Mediana Empresa

sage Cogestib

sage Finance

División Pequeña Empresa

sage Logic Control

sage 4 SP

El poder de TUI Travel intimida al turismo español

Escriben José Sánchez Arce y Carmen Vela

La industria turística europea está asistiendo en las últimas semanas a un movimiento sísmico de concentraciones corporativas que, a la espera del veredicto de los órganos europeos de la competencia, promete fortalecer seriamente la posición de dominio de los grandes proveedores de viajes sobre sus clientes, los grupos hoteleros, y entre ellos y muy particularmente, las cadenas hoteleras españolas del mercado vacacional.

Con unos canales propios de distribución muy poco desarrollados -salvo contadas excepciones como pueden ser el caso de Sol Meliá-, las cadenas vacacionales españolas, especialmente las de pequeño y mediano tamaño, pueden acabar siendo las víctimas propiciatorias del monopolio de facto que se cierne sobre el control de los canales convencionales de comercialización de paquetes turísticos en los grandes países emisores europeos: Alemania y Reino Unido.

De todo esto trata el acuerdo de fusión firmado este pasado fin de semana por el grupo turístico alemán TUI, el mayor operador de viajes del mundo, y el británico First Choice, cuarto en Europa, y que sucede, en pocas semanas, a la integración de Thomas Cook y MyTravel, segundo y tercer grupos turísticos en el viejo continente. Una de las consecuencias de la operación será el robustecimiento de un histórico poder de negociación, abierto en canal en los últimos años por los nuevos hábitos de un turista que sorteaba los tradicionales paquetes comercializados por estos touroperadores, al socaire de la proliferación de las aerolíneas de bajo coste y las reservas hoteleras directas por Internet.

"Estos dos nuevos grandes grupos van a reducir todo el exceso de capacidad que hay en España para ganar rentabilidad y, posteriormente, establecer un nuevo modelo de crecimiento. Estos dos gigantes van a negociar muy duro sus contratos con las hoteleras españolas", explica Salman Ali, responsable de la división de turismo de la consultora Arthur D. Little.

Accionistas españoles

El nuevo gigante, que se denominará TUI Travel y cuya sede social estará ubicada en Londres, generará un volumen anual de negocio estimado de 18.000 millones de euros, gracias a una cartera de 27 millones de clientes en 20 países.

La empresa, en la que TUI contará con el 51% del capital, frente a un 49% de First Choice, cotizará en la bolsa de Londres y estará capitaneada por Peter Long, máximo responsable de First Choice. Michael Frenzen, presidente de TUI, estará por su parte al frente del consejo de vigilancia.

Entre los accionistas de referencia de TUI destacan la hotelera española RIU y la Caja de Ahorros del Mediterráneo, con dos paquetes representativos del 5,1% y 5% del capital, respectivamente. Barceló, por su parte, se desprendió el mes pasado de su 6,1% en First Choice.

Las acciones de TUI subieron ayer un 14%, pese a que los resultados fueron decepcionantes, pues el grupo entró en números rojos, con unas pérdidas de 846 millones de euros en 2006.

Pero el gigante de los viajes de masas TUI unirá su negocio a un grupo especializado en viajes de lujo y a la carta. Los expertos están convencidos de que lo que hoy ofrecen británicos y alemanes son dos tipos de negocio que se complementan, aunque hay varias incógnitas, como es el futuro de la división de transporte de contenedores, una pesada carga para la compañía alemana.

Con el giro hacia Londres, "TUI da un decisivo paso hacia la desintegración del grupo", considera Christopher Kummer, director del Instituto para las fusiones, adquisiciones y alianzas. En opinión de este economista, las acciones de TUI tienen todavía mucho potencial, porque el grupo "está más diversificado de lo que gusta a los inversores". Pero cree también que los accionistas de la alemana "se beneficiarán menos de la alianza que los de First Choice".

"Los nuevos grupos reducirán oferta en España", prevé Salman Ali, de Arthur D. Little

De todo esto trata el acuerdo de fusión firmado este pasado fin de semana por el grupo turístico alemán TUI, el mayor operador de viajes del mundo, y el británico First Choice, cuarto en Europa, y que sucede, en pocas semanas, a la integración de Thomas Cook y MyTravel, segundo y tercer grupos turísticos en el viejo continente. Una de las consecuencias de las dos operaciones será el robustecimiento de un histórico poder de negociación, abierto en canal en los últimos años por los nuevos hábitos de un turista que sorteja los tradicionales paquetes comercializados por estos touroperadores, al socaire de la proliferación de las aerolíneas de bajo coste y las reservas hoteleras directas por Internet.



GRAPHIC: Michael Frenzen (izquierda), futuro presidente del consejo de vigilancia de TUI Travel, con Peter Long, presidente en ciernes del grupo.