

La CNMC da el visto bueno a la fusión del negocio de viajes de Barceló y Globalia

EXPANSIÓN 8 MAY. 2020



Javier Hidalgo, consejero delegado de Globalia.

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha aprobado este viernes la operación de fusión entre las divisiones de viajes de Barceló y Globalia y lo hace con el sector del turismo muy tocado por el impacto del Covid-19.

El organismo de competencia ha autorizado en primera fase la adquisición del **control exclusivo del negocio de agencias de viaje de Globalia por parte de Barceló**. "No parece previsible que, como consecuencia de la operación notificada se vaya a producir un deterioro de la competencia efectiva en los mercados afectados por la operación", explica.

De acuerdo con la propuesta finalmente aprobada Barceló controlará el grupo resultante de la fusión entre su negocio de viajes y el de Globalia, aunque los porcentajes de propiedad entre ambas serán muy similares.

Con la aprobación por parte de la CNMC se cierra una operación que lleva fraguándose desde después del pasado verano, tal como adelantó EXPANSIÓN en octubre, antes incluso de que Globalia cerrase un acuerdo con IAG para venderle Air Europa, operación todavía en el aire.

La integración incluye fundamentalmente los **negocios de agencias de viaje mayoristas y minoristas y de transporte discrecional de viajeros por carretera**. Air Europa, la aerolínea del Globalia, no forma parte de los activos transferidos.

Si bien la idea inicial pasaba por un reparto equitativo, la ecuación propuesta finalmente implica que Barceló tendrá el 50,55% de la sociedad resultante y, por tanto, el control, mientras que Globalia mantendrá el 49,45% restante, según explican fuentes del sector a EXPANSIÓN.

"Barceló aporta una serie de **garantías**, en forma de acuerdo con Globalia para asegurar que no se reforzará la relación comercial entre Air Europa y los negocios aportados a la nueva sociedad en detrimento de terceros touroperadores mientras Air Europa siga bajo control de Globalia", apuntan desde el organismo supervisor.

La CNMC indica además que el mercado de agencias de viaje mayorista está sujeto a una "**creciente desintermediación**" por las nuevas tecnologías. "A esto se suma el **fuerte retroceso de la demanda como consecuencia de la pandemia** del COVID 19 y su impacto en forma de generación de capacidad excedente", añade.

La nueva compañía contará con 6.000 empleados, más de 1.500 puntos de venta y una cifra de negocio de 3.700 millones, según las estimaciones iniciales de los grupos.

En el mercado de **agencias de viaje mayoristas**, la operación representa la concentración de los dos primeros operadores, con una cuota conjunta inferior al 25%, indica la CNMC.

Por su parte, en el **mercado minorista**, la entidad resultante sería el segundo operador, por detrás e El Corte Inglés, y su cuota de mercado sería sensiblemente inferior a la del mayorista. En el ámbito de la venta mayorista de paquetes de viajes al Caribe, Canarias o Baleares la cuota de la nueva sociedad es "significativamente menor" a las anteriores.

Imsero y Disney

En el caso del Imsero, el regulador recuerda que en 2015 se produjo por primera vez la adjudicación de un lote a una entidad ajena a Mundosenior (UTE formada entre Globalia y Barceló). "A nivel mayorista, la cuota conjunta de ambas sociedades a través de **Mundosenior** se ha reducido del 100% hasta situarse significativamente por debajo del 50% hasta 2021", añade.

Para la CNMC la dinámica competitiva actual de este mercado imposibilita la capacidad de acaparar la totalidad del mercado en ausencia de competidores.

En el ámbito mayorista de comercialización de viajes a **Disneyland París**, la operación supone la integración de dos de los tres mayoristas que tienen licencia actualmente para comercializar este producto en España.

Las licencias, que otorga Disney con periodicidad anual y de manera discrecional, determina quiénes distribuyen sus productos y en qué condiciones, apunta el regulador.

Room Mate crecerá un 20% con sus hoteles y apartamentos en 2020

EXPANSIÓN 20 ENE. 2020



Kike Sarasola, de Room Mate.

La cadena hotelera de Enrique Sarasola facturó 102 millones en 2019, mientras que la línea de apartamentos turísticos cerró un año récord de cerca de 6 millones de ventas.

Room Mate Group -que integra la cadena hotelera Room Mate y el negocio de apartamentos turísticos Be Mate-avanza en su expansión y supera, por primera vez, los 100 millones de euros de ventas. El grupo fundado y presidido por Kike Sarasola facturó 107,6 millones en 2019, un 23% más, y prevé mantener este crecimiento este año y cerrar 2020 con una cifra de negocio de 130 millones.

El grupo, que cumple 15 años de vida, cuenta con un plan de aperturas que le permitirá pasar de los 26 hoteles que opera actualmente a los 36 hoteles en 18 meses. Con esto, la cadena hotelera pasará de gestionar 1.902 habitaciones a contar con 2.600.

"Además, estamos a punto de firmar otros diez hoteles más, con unas 1.100 habitaciones adicionales, que nos permitiría llegar a las 4.700 habitaciones en tres años", explica Sarasola a EXPANSIÓN.

Entre las próximas aperturas figura el nuevo hotel de Room Mate en la Gran Vía madrileña y nuevos establecimientos en Roma, Mallorca, París, Málaga y San Sebastián. Room Mate entrará además en Portugal, con aperturas de Oporto y Lisboa.

Además, 2020 será el estreno de la cadena en el negocio vacacional con la apertura del Hotel Pax Barracuda en Magaluf (Palma de Mallorca). Tras firmar una alianza con HIP, la plataforma turística de Blackstone, Room Mate negocia con otros fondos para aumentar su huella con nuevos hoteles de playa. "Tras el acuerdo con HIP se nos han acercado otros grandes fondos, Socimis y aseguradoras para buscar oportunidades en playa", añade el directivo.

Sarasola destaca además el desempeño operativo del grupo con un aumento de sus tarifas medias del 1,27%, hasta los 144,24 euros, y una subida del 1,18% en el RevPAR (ingresos por habitación disponible), hasta los 122,97 euros.

"Un 15% de nuestros clientes en hoteles son españoles, el resto son internacionales. Esto nos permite diversificar riesgos y estar muy tranquilos", añade.

Accionistas

En cuanto al negocio de apartamentos, Be Mate facturó 5,8 millones de euros en 2019, un 35% más. La cadena de apartamentos turísticos, que acaba de entrar en break even (umbral de rentabilidad), abrió siete edificios de apartamentos en 2019: tres en Madrid, uno Barcelona, uno en Milán y dos en Ciudad de México. Además, sumará 16 edificios de apartamentos en año y medio en México, Italia y España y prevé facturar 10 millones en 2020.

Pese a que se analizó la oportunidad, Sarasola descarta dar entrada en el grupo a nuevos accionistas. "Tanto Sandra Ortega como yo consideramos que es mejor seguir así, al menos, hasta terminar con el plan de negocio a 2023. A partir de ese momento analizaremos todas las opciones, incluso la salida a Bolsa. Tenemos un balance muy sólido y la compañía está saneada", asegura. Sarasola controla el 70% de Room Mate, mientras que el 30% restante está en manos de la hija de Amancio Ortega a través de la sociedad Rosp Corunna.

El grupo, que empezó su actividad en 2005, cuenta con 1.250 empleados y, con las próximas incorporaciones, finalizará el año con una plantilla de 2.000 profesionales.

En cuanto al sector, Sarasola se muestra optimista. "Tras reinventarse, el sector hotelero en España tiene ahora que convencer al cliente, hacerle saber que hemos evolucionado", apunta.