

# Ambicioso aterrizaje de CVC en el mercado argentino

*La firma brasileña adquirió el control accionario del hóliding que agrupa a Avatrip.com y Biblos Travel; al tiempo que rubricó un memorando de entendimiento vinculante para una futura adquisición de Ola SA, perteneciente al Grupo Transatlántica. Por las tres empresas, la compañía desembolsaría US\$ 19,4 millones.*

Tal como suele ocurrir cuando un brasileño decide viajar por primera vez fuera de su país, Argentina es la primera opción. En esta tesitura e incentivada por la coyuntura económica social del país, la firma líder del mercado turístico brasileño CVC dio en Argentina el primer paso de su estrategia de expansión internacional adquiriendo el control accionario del hóliding que agrupa a Avatrip.com y Biblos Travel, y rubricando un memorando de entendimiento vinculante para la futura adquisición de Ola.

Por las tres empresas, la firma brasileña —que cotiza en bolsa y planea seguir sumando sociedades regionales a su portfolio— desembolsaría US\$ 19,4 millones.

El presidente de CVC, Luiz Eduardo Falco, declaró en Panrotas que dichas empresas se enmarcan en la misma estrategia de

compras que en Brasil y advirtió que la intención es adquirir el 100% de ambas en el futuro. Asimismo, adelantó que contratarán un CFO para estandarizar la visión e iniciar las sinergias entre las empresas compradas, que, según él, no compiten.

## MISIÓN INTEGRAL.

“Con el inicio de la internacionalización, el objetivo principal de CVC comienza a cobrar cuerpo: rivalizar con la gigante alemana TUI, la mayor operadora del mundo”, comunicaron.

No obstante, el camino es largo y para sentarse en la misma mesa aún le faltan algunos miles de millones de euros de facturación: CVC Corp vendió más de R\$ 10,2 mil millones en 2017 (€ 2,12 mil millones), mientras que TUI facturó € 18,5 mil millones.

“Argentina vive un momento económico complejo, agravado en las últimas semanas, pero eso también puede ser bueno a corto plazo. Es como en Brasil. Cuando el real se devalora, aparecen las inversiones extranjeras”, indicó el ejecutivo, quien vaticinó: “Creemos que la caída en el flujo de viajes de argentinos será menor que la devaluación del peso, entonces es un buen momento para invertir. Las empresas están listas y cuentan con equipos profesionales, los cuales se

mantendrán”.

Por otra parte, el ejecutivo enfatizó que las operadoras son complementarias y resaltó que la estrategia de CVC en Argentina será omnichannel. “Internet trae una visión adicional al negocio. No podemos despreciar la inteligencia digital, pero tampoco podemos sustituir la flexibilidad de los productos y la creatividad del comercio. El péndulo está volviendo a quedarse en el centro entre el canal offline y el online”, dijo.

## LOS DOS CASOS.

CVC adquirió la participación accionaria correspondiente al 60,06% del capital social de Bibam Group, a través de su subsidiaria 100% controlada en Argentina. El acuerdo incluye la posibilidad de comprar la totalidad de la firma, en tres a cinco años, por un mayor valor. El monto de la operación, US\$ 5,37 millones, se destinará para saldar el pasivo del grupo y comenzar la nueva fase de integración sin ninguna deuda.

En limpio, el 24,1% de Bibam Group pertenecía a la australiana Flight Center Travel Group, que ingresó en marzo de 2017 tras pagar US\$ 8 millones; mientras que el 75,9% era controlado por sus tres socios fundadores. Con la venta a CVC, uno de ellos, Guillermo Monti, se deshizo de su parte y ahora el 40% de la compañía está en manos de Flight Centre (24,1%), mientras que los socios restantes mantienen un 15,9%.

“Para nosotros es un orgullo poder ser parte de uno de los holdings más representativos de la región y el aunar esfuerzos para seguir creciendo, profesionalizando y mejorando la calidad, la oferta y el servicio integral de viajes y turismo”, señaló Cristian Adamo, CEO de Bibam Group, quien confirmó que seguirá como CEO de la compañía.

“Los accionistas del grupo re-

conocían que, para ganar escala y pasar a otra etapa, se necesitaba un socio. Pero no queríamos un fondo de inversión. No es cuestión solo de recursos. Buscamos una alianza con una empresa líder en la industria, con productos, contactos y experiencia para poder llevar a Bibam a otro nivel”, subrayó, para aclarar que la alianza se focaliza en consolidarse como un actor relevante en el mercado local. “Con CVC podemos acceder a recursos, proveedores y productos en mejores condiciones no sólo en Brasil, sino también en Estados Unidos”, señaló.

En el caso de Ola se refrendó un memorando de entendimiento en carácter vinculante, a fin de formalizar las intenciones en relación a la operación de adquisición del control accionario del negocio mayorista y minorista de Ola, siempre que se cumplan determinadas condiciones, que incluyen la verificación de activos, flujos de caja, control accionario e incorporación de directivos de CVC, entre otros puntos.

Como contraprestación, el monto estimado de compra corresponde a US\$ 14,04 millones por una integración del 60%.

Guillermo Monti, CEO de Ola Turismo, enfatizó que ambas partes tienen una firme intención de cerrar la operación y que el plazo para el cumplimiento es de 90 días; mientras que agregó que la operación tiene como premisa la capitalización de la compañía.

“A través de esta alianza estratégica con CVC, Ola Mayorista de Turismo podrá desarrollar importantes sinergias que le permitirán potenciar su actual base de negocios, con el propósito de continuar su estrategia de crecimiento y consolidación en el mercado de viajes argentino”, remarcó. Explicó, también, que “se deberán atender, discutir y consensuar cuestiones estratégicas y comerciales afines al marketing, los mercados prioritarios, la incorporación de personal, los proveedores y la inversión en el canal digital, para transformarnos en uno de los principales jugadores del mercado”.



**Luiz Eduardo Falco.**