

La Llave

Nueva amenaza para el turismo español

Una nueva amenaza se cierne sobre el turismo español que, tras dos años agónicos por la crisis del Covid, avanzaba a buen ritmo hacia la recuperación. Al margen del terrible impacto humano, la guerra de Ucrania supone una gran amenaza para la economía y el sector del viaje es uno de los afectados. Si bien el mercado ruso no es actualmente relevante para España, las dificultades para viajar de sus habitantes ante el cierre del espacio aéreo, la cancelación de vuelos y la devaluación de la moneda tendrán un impacto directo en destinos que compiten con el turismo español. De acuerdo con los datos de Mabrian Technologies, el 24 de febrero –día de la invasión rusa de Ucrania– había cerca de dos millones de vuelos programados hasta agosto desde Rusia a Turquía. Una de las principales preocupaciones de las hoteleras españolas es que Turquía, junto con otros países como Egipto o Grecia, baje precios para captar turistas de otros mercados y contrarrestar así la disminución de demanda desde Rusia. Las cadenas españolas han hecho gala, incluso en el periodo más duro de la pandemia, de apostar por la calidad para diferenciarse y mantener las tarifas, evitando un deterioro de los márgenes. Esta cuestión es más relevante si cabe si se tiene en cuenta el impacto que ya está teniendo la escalada de precios de los combustibles en aero-

líneas, hoteleras y otras empresas vinculadas al turismo. **Exceltur** –asociación que agrupa a las principales empresas del sector– vaticinó en enero que la actividad turística en España alcanzaría los 135.465 millones de euros este año –41.000 millones más que en 2021 pero 19.000 millones por debajo de las cifras pre-Covid–. Existe incertidumbre ahora de si un recrudecimiento del conflicto dañará la movilidad en Europa y, por tanto, afectará a la llegada de viajeros y, sobre todo, al gasto turístico. En semejante tesitura la prueba de fuego del turismo español pasa por ser capaz de mantener la diferenciación competitiva y sostenible de sus productos y destinos.

respondió a Pfizer. Este es el espectacular impacto que por el momento ha dejado la pandemia en las cuentas de estas compañías en 2021, que previsiblemente empezará a reducirse a partir de 2023 en vista de la positiva evolución de la pandemia. El aumento de ingresos varía desde el 92% en el caso de Pfizer al 40,5% y al 13,6%, respectivamente, en los de AstraZeneca y Johnson & Johnson. Moderna y BioNTech, por su parte, no tenían ingresos previos, por lo que las vacunas han sido su bautismo de ingresos. En el caso de Pfizer, la vacuna ha supuesto nada menos que el 45% de sus ingresos totales, doblando su beneficio ajustado hasta 25.236 millones de dólares. Para AstraZeneca el impacto fue menor (10,5% de los ingresos) y para Johnson & Johnson solo testimonial (2,5% de los ingresos) debido a que vendió a precio de coste. La firma Airfinity estima que en 2022 las cinco farmacéuticas más Novavax ingresarán 80.900 millones de dólares por las vacunas, básicamente repitiendo las ventas totales de 2021.

La vacuna dispara las farmacéuticas

Las cinco farmacéuticas occidentales cuya vacuna contra el covid ha sido utilizada de forma mayoritaria (la británica AstraZeneca, las estadounidenses Johnson & Johnson, Moderna y Pfizer y la alemana BioNTech, socia de Pfizer) facturaron aproximadamente 250.100 millones de dólares en 2021, un 30% más, de los que casi 80.500 millones, un 32% del total, correspondió a la venta de vacunas contra el coronavirus, y de este total, casi el 46% co-

Cevian cuestiona a Ericsson

La cotización de la sueca Ericsson, segundo mayor proveedor mundial de redes de telecomunicaciones tras la china Huawei y por cuya infraestructura pasa cerca del 40% del tráfico mundial de móviles, ha caído un 30% desde el 15 de febrero, en parte por la pérdida de confianza surgida a raíz de conocerse que pagos realizados en Irak podrían haber acabado en manos de la organización terrorista Isis. Ayer, el fondo activista Cevian Capital, segundo mayor accionista del grupo, inició una campaña para unificar las acciones de Clase A y B, despojando así de los excesivos derechos políticos a los titulares de las primeras, fundamentalmente Investor, vehículo de la familia Wallenberg (8% del capital y 23,8% de los votos) y el inversor local Industrivarden (2,6% del capital y 15,1% de los votos), que dominan el consejo con un puesto de vicepresidente cada uno, sin dar representación a Cevian (5,5% del capital pero solo el 3,3% de los votos). Cevian alega que hay falta total de confianza en el gobierno corporativo de Ericsson, opinión validada por Citi, que califica a la compañía como “no invertible”. En 2021 Ericsson tuvo ingresos y beneficio atribuible equivalentes de 21.500 y 2.130 millones de euros, respectivamente, y cerró con caja neta de 6.100 millones. El CEO, Borge Ekholm, tiene en su haber la reestructuración de la compañía y la limpieza de varios históricos casos de sobornos y corrupción, pero llueve sobre mojado. El grupo capitaliza 24.800 millones de euros.

IAG parte de un puesto rezagado en la recuperación

IAG, grupo integrado por British Airways, Iberia, Vueling y Aer Lingus, asegura que quiere liderar el sector aéreo en los próximos años. Si por liderar entiende ser el primero en viajeros, ingresos y beneficio, el hóliding hispanobritánico deberá hacer un gran esfuerzo en adelante. Su posición de partida, tras dos años devastadores como consecuencia de la pandemia, es más débil que la de sus rivales Air France-KLM y Lufthansa. De estas tres compañías, IAG es la que cerró en 2021 más lejos de la facturación de 2019 –consecuencia de ser la que menos pasajeros movió y la que más sufrió en el largo radio–, su resultado es el segundo peor y cuenta con la deuda neta más abultada sin unas ayudas públicas millonarias que sus competidoras sí han tenido. Los responsables de IAG, encabezados por Luis Gallego, han puesto el acento en el beneficio, que en términos operativos esperan recuperar de forma amplia en 2022. Si hasta ahora el riesgo se centraba en la situación sanitaria, la invasión de



Rusia sobre Ucrania comienza a ser algo más que una preocupación para las aerolíneas y algunas, como Lufthansa, la sitúan como uno de los factores de incertidumbre, no solo por la suspensión de rutas con Rusia, Ucrania y Bielorrusia o la reordenación de conexiones hacia Extremo Oriente, sino por el temor de un contagio hacia la economía, por el alza del petróleo y la pérdida de confianza de la población.