

LA FUSIÓN ENTRE IBERIA Y BRITISH AIRWAYS

Pedro López Sáez
Universidad Complutense de Madrid

La compañía aérea española Iberia y la británica British Airways anunciaron en el verano de 2008 su intención de fusionarse, con lo que se crearía en aquel momento la tercera aerolínea mundial por volumen de facturación (16.500 millones de euros esperados), sólo por detrás de Air France (24.100) y Lufthansa (23.300), y la quinta por capitalización bursátil (unos 5.000 millones de euros), detrás de Air China (9.200), Singapur Airlines (8.400), Southwest Airlines (7.000) y Lufthansa (6.800).

La operación se llevaba a cabo tras el intento fallido en 2007 de British Airways, junto con un fondo de inversión británico, de comprar Iberia, debido a la oposición de Cajamadrid de vender su participación a una empresa extranjera. El anuncio de la fusión provocó una subida en Bolsa de la empresa española del 21%, mientras la británica subía un 6%.

El pacto definitivo se cerró en noviembre de 2009 con el acuerdo vinculante de sus respectivos Consejos de Administración por el que se crearía un holding propietario de ambas empresas en el que British Airways tendría el 55% del capital social e Iberia el 45%, en virtud de las valoraciones previas de las compañías calculadas en 2.480 y 2.115 millones de euros, respectivamente. Los antiguos accionistas de cada una de las empresas se quedaron con participaciones accionariales proporcionales a sus tenencias anteriores, con lo que Cajamadrid y la gestora británica de fondos Invesco, seguían siendo los accionistas principales con un 9%, mientras otros accionistas españoles de referencia eran la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) con el 2% y El Corte Inglés con el 1%.

La sede social de la nueva empresa se localizó en Madrid, mientras la financiera y operativa estaría en Londres. La forma operativa pensada en aquel momento para el futuro pasaba por mantener las dos marcas anteriores, con consejos de administración individuales, más un tercero de la nueva sociedad, con miembros de ambas. El anuncio de este acuerdo hizo subir al día siguiente la cotización de la empresa española un 11,8% y un 7,5% el de la inglesa.

La nueva empresa empezó a funcionar como una única empresa a principios de 2011, con el nombre de International Airlines Group (IAG), iniciándose su cotización como empresa unificada en el Ibex-35, de igual forma que ya lo hacía con anterioridad en el FTSE-100 londinense.

La fusión culminaba el proceso de alianza que ambas empresas habían mantenido durante los 10 años anteriores, en los que habían compartido rutas dentro de la gran alianza global aérea OneWorld. Además, en el momento del anuncio de la fusión, Iberia poseía el 9,9% del capital de British Airways, y ésta, el 13,5% de la española. El tercer socio importante de OneWorld, American Airlines, también acogió de forma favorable la noticia entendiendo que era una forma de potenciar la alianza.

La fusión sucedía a las que en 2005 protagonizaron la francesa Air France y la holandesa KLM y, en 2006, la alemana Lufthansa y la suiza Swiss Airlines. Aunque en 2008 la expectativa era convertirse en la tercera aerolínea mundial, en 2011 la realidad fue que IAG era la tercera aerolínea europea y la sexta mundial, con una facturación de unos 14.000 millones de euros, debido a otras operaciones de concentración llevadas a cabo por compañías estadounidenses, como las realizadas en 2010 por United y Continental o Delta y Northwest.

La nueva empresa contaba, a principios de 2011, con una flota de unos 400 aviones, con alrededor de 700 vuelos diarios, 200 rutas en más de 100 países y con capacidad de transporte de unos 55 millones de viajeros anuales. Con la fusión se confiaba en lograr unas sinergias de 400 millones de euros a partir del quinto año de funcionamiento, de los que el 60% procederían de menores gastos, a partir de la reducción de costes derivada del uso de la tecnología de la información, el mantenimiento de aviones y la optimización de recursos, y el 40% de mayores ingresos, procedentes de la coordinación de ventas, la optimización de las redes y la ampliación del código compartido entre ambas aerolíneas (Vázquez, 2011:261).

Referencias:

Vázquez, A. (2011): "Iberia: una nueva empresa", *Economistas*, nº 126, pp. 258-262