

## LA EMPRESA AL DÍA

---

Por Manuel Portela Peñas

### PANORÁMICA EMPRESARIAL

---

#### El futuro del carbón

---

A finales del pasado mayo, el consorcio químico y energético RAG solicitaba permiso para abrir una mina de carbón. La iniciativa fue interpretada en primera instancia como una decisión animada por las elecciones inminentes en Renania del Norte, en las que finalmente los socialdemócratas sufrieron una sonada derrota. Sin embargo, la compañía asegura que puede rentabilizar esta inversión sin necesidad de subvenciones, a pesar de que el carbón, como materia prima para la obtención de energía eléctrica en centrales térmicas tiene los días contados en la Unión Europea debido a la asunción de los objetivos de reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> por la aplicación del protocolo de Kyoto. El motivo de que una materia prima cuya rentabilidad se consideraba agotada, y que vive hostigada por las nuevas políticas ambientales, pase a convertirse en una inversión atractiva es la voracidad energética del gigante chino y, en general, de las economías emergentes. RAG piensa gastarse 800 millones de euros en la construcción de la nueva mina, y dar empleo a 2.500 personas. La extracción calculada es de tres millones de toneladas. La necesidad de provisión de fuentes de energía ha disparado los precios del carbón en los mercados internacionales, lo que justificaría esta apuesta que a priori parece anacrónica. Sin embargo, la decisión de la compañía de sacar a bolsa su división minera tiene a los analistas con la mosca detrás de la oreja. Pero no es el único caso. Deutsche Steinkohle está analizando la posibilidad de abrir una explotación en la cuenca del Ruhr. En el Reino Unido, Scottish Coal está negociando la ampliación de sus explotaciones.

La noticia ha coincidido con la negociación del nuevo plan español del carbón, que regirá para los años 2007-2012 y que prevé la reducción de 9.000

empleos en ese período, al tiempo que contempla políticas de reactivación económica para las comarcas mineras. Y este proceso nace marcado por la investigación que Bruselas ha abierto a España, con congelación de las ayudas al carbón incluida, por las dudas de la aplicación de las subvenciones del período 2003-2005. La Comisión Europea duda de que España esté aplicando estos fondos a reducir la actividad y ha advertido seriamente a Madrid por el retraso que acumula en la reestructuración de este sector. Bruselas sospecha que las ayudas destinadas al cese de la actividad están siendo desviadas a financiar la producción, es decir, a mantener abiertas las minas.

La propia ministra Narbona, en la negociación de las asignaciones de emisiones para la aplicación del protocolo de Kyoto, prefirió tener en cuenta la actual estructura de producción eléctrica mediante centrales térmicas que acorralar a la industria para forzar un cambio de modelo y una liquidación acelerada del carbón. Esta decisión ha retrasado la implantación en España de algunas compañías interesadas en invertir en centrales de ciclo combinado que se alimentan de gas, pero ha dado un balón de oxígeno a la minería del carbón. El Gobierno, más que abandonar la apuesta por las centrales de ciclo combinado, lo que ha hecho es apostar por una transición paulatina, algo que en Bruselas no gusta, dado el retraso que ya acumula la reconversión minera en España. Tampoco a Iberdrola, la compañía eléctrica con menor dependencia del carbón, dada su apuesta por la hidroelectricidad y el ciclo combinado. Por el contrario, la decisión contenta a Endesa y Unión Fenosa, y también a los poderosos sindicatos mineros del Norte de España.

Pero además de la demanda asiática, los partidarios del carbón han encontrado otros argumentos de peso para defender que el paulatino aban-

dono de la hulla no sea total. Los altos precios del petróleo y del gas han mejorado la desventaja competitiva del carbón. Y también arguyen que, mientras a los actuales niveles de consumo los recursos disponibles de petróleo no dudarán más de 45 años, el mismo cálculo da al carbón aún casi dos siglos de vida. En todo esto, hay también otros factores a considerar antes de bendecir un renacimiento del carbón. Los costes salariales europeos hacen difícil de creer que el mineral extraído en países desarrollados como Alemania o España pueda competir sin fuertes subvenciones con el que se extrae en otras economías, donde los sueldos son ostentadamente bajos. Y, en este sentido, tampoco debe despreciarse el nivel de exigencia de seguridad que se impone en Europa y que dispara el alcance de la inversión. La diferencia es obvia: mientras en Europa los accidentes mortales son muy raros, en China se producen con frecuencia graves siniestros con decenas de muertos en las minas de carbón.

### **Reglamento de fondos y las SICAV**

Las sociedades de inversión de capital variable (SICAV) nacieron con el espíritu de convertirse en vehículos a través de los cuales muchos inversores pudieran colocar sus ahorros con ventajas fiscales. Sin embargo, en la práctica son sociedades mediante las que los grandes capitales canalizan sus ahorros, vulnerando su espíritu de instituciones de inversión colectiva. Los requisitos para la constitución de una SICAV pasan porque tengan un mínimo de 100 participantes, que el capital supere los 2,4 millones de euros y que coticen en Bolsa. En ese régimen, las SICAV se benefician de un régimen fiscal especial que sólo las obliga a tributar un 1 por 100, de acuerdo a la ley elaborada por el anterior Gobierno y que entró en vigor en enero de 2003.

Sin embargo, en muchos casos un solo participante es propietario de la mayor parte del capital, o casi todo, mientras los otros 99 apenas poseen un porcentaje ridículo. Es decir, que no son propiamente una institución de inversión colectiva, sino un medio de las grandes fortunas para acogerse al régimen tributario de las SICAV, similar al de los fondos de inversión. Los analistas señalan que la mayor parte de las SICAV españolas están formadas por unos pocos inversores que, para llegar al centenar de participantes llegan a incluir a trabajadores de las gestoras de las sociedades, una participación testimonial, de relleno, que les ha valido

el pseudónimo de “mariachis”. La tributación que correspondería a estas sociedades si no se las considerase inversión colectiva es del 35 por 100.

De ahí que la Agencia Tributaria lanzara una campaña de inspecciones para determinar cuáles cumplen los requisitos establecidos por la ley y cuáles no. Hacienda abrió durante 2004 cientos de expedientes para evitar que las grandes fortunas empleen estas sociedades como medio de obtener ventajas fiscales. El resultado de esa campaña es que, durante el primer trimestre de 2005, muchas de las SICAV han recibido notificaciones en las que se les comunica la necesidad de tributar al 35 por 100. La respuesta de las sociedades ha sido que no es Hacienda, sino la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) quién debe decidir si las SICAV investigadas cumplen o no con los requisitos establecidos para las instituciones de inversión colectiva, toda vez que, como sociedades cotizadas, su supervisión corresponde a la CNMV, que preside Manuel Conthe. Desde la Asociación Profesional de Inspectores Fiscales se señala que las investigaciones son procedentes, y, toda vez que las inspecciones realizadas están demostrando que existe un gran número de sociedades de inversión que no se ajustan a los requisitos de las SICAV o, al menos, que vulneran el espíritu con el que fueron creadas, esta campaña inspectora debería ampliar su censo.

Entretanto, el nuevo reglamento de fondos, cuyo paso a la Secretaría General Técnica del Ministerio de Economía estaba previsto para el mes de junio, contempla en su texto preliminar que sea la Comisión Nacional del Mercado de Valores quién establezca si las SICAV cumplen o no con los requisitos establecidos en la ley. El propio presidente de la CNMV adelantaba a finales de mayo que no se contemplaba la posibilidad de que el nuevo reglamento introdujese límites accionariales en la composición de las SICAV, lo que seguiría permitiendo que unos pocos participantes controlasen las sociedades: “Desde la Comisión no creemos que por ley exista un límite a la participación de un accionista concreto, ya que la legislación admite plenamente SICAV que estén controladas por grupos familiares”, y añadía que sería “un grave error” modificar la ley en este sentido tras haber conseguido que numerosas SICAV se asienten en España. Una opinión contraria a la de los inspectores de Hacienda, que creen que esa composición de capital las inhabilita como instituciones de inversión colectiva. Conthe no duda: “No se trata de un privilegio de una especie de remansamiento fiscal”.

## El negocio de la Fórmula 1

El gran papel que el piloto asturiano Fernando Alonso está jugando en el Campeonato del Mundo de Fórmula 1, sobre todo las dos últimas temporadas, ha hecho que en España, de forma repentina, se esté poniendo la atención sobre el llamado "gran circo de la Fórmula 1", una especialidad deportiva que mueve a su alrededor un negocio de miles de millones de euros. Sólo la empresa que organiza el concurso, propiedad de Bernie Ecclestone, factura cada año 450 millones de euros, principalmente por la comercialización en todo el mundo de los derechos de retransmisión de las carreras. La cifra responde al interés de la audiencia: cada año más de 6.000 millones de espectadores ven las veinte pruebas que componen el calendario de competición; no menos de 300 millones por carrera.

En España, la audiencia de las retransmisiones de Fórmula 1 nunca ha sido significativa, ni siquiera con el desembarco de los dos primeros pilotos españoles que accedieron a la categoría, Adrián Campos y Luis Pérez Sala, de la mano del fabricante de ropa Lois, que fue principal patrocinador de la escudería Minardi durante tres temporadas. La imposibilidad de rentabilizar los carísimos costes de los derechos de retransmisión en los noventa llevó a Televisión Española a abandonar el campeonato durante varias temporadas. La llegada de Alonso a la categoría, sin embargo, animó al ente público, que volvió a hacerse con los derechos, durante su primera temporada en Minardi. Dos años después, cuando el deportista asturiano llegó a Renault, su actual escudería, la cadena privada Telecinco se hizo con los derechos, una apuesta arriesgada que ha dado sus frutos, colocando a la emisora como líder de audiencia todos los domingos que hay carrera. La posición de Alonso al frente de campeonato ha ayudado a este interés de la audiencia y Telecinco ha peleado con los anunciantes para rentabilizar la inversión sin que los espectadores se pierdan un detalle de la carrera, con la inserción de una ventana de retransmisión durante las pausas publicitarias. Esta iniciativa ha dado lugar a una pintoresca batalla que obligó provisionalmente a la cadena a renunciar a este método de superposición de carrera y spots durante buena parte de la temporada pasada, pero que finalmente se ha impuesto, y ha sido adoptado por TVE para las retransmisiones del Campeonato del Mundo de Motociclismo, donde también hay media docena de pilotos que se erigen en protagonistas de las carreras de las diferentes categorías.

El modelo de comercialización de su producto por parte de Telecinco ha sido muy agresivo, dedicando amplios espacios de su información deportiva a esta especialidad, en detrimento del fútbol, y emitiendo programas especiales y continuos promocionales que relacionan a la cadena con la categoría del motor. Al tiempo, el modelo de retransmisión, con largos previos llenos de entrevistas y reportajes de corte divulgativo sobre una disciplina de reglamentos complejos y ajena a la tradición deportiva española han sido tan eficaces, creando expertos por todo el país que, junto al modelo de comercialización y promoción, también han sido calcados por la televisión pública en la nueva estrategia de su departamento de deportes, cuya jefatura pasó de José Ángel de la Casa a Pedro Barthe el pasado invierno.

Este renovado interés por la Fórmula 1 no sólo ha beneficiado a Telecinco, sino también al Circuit de Catalunya, en Montmeló, que en el pasado mayo batió su récord de asistencia albergando a más de 120.000 personas durante el fin de semana, que pagaron entre 105 y 405 euros por ver la carrera en vivo. Y de 5 a 15 euros más por aparcar el coche en las instalaciones de Montmeló. El efecto multiplicador del evento también fue sentido por el sector servicios barcelonés. El impacto económico de la carrera rondó, según los cálculos de la patronal, los 70 millones de euros, 14 millones más que al año anterior. Los ingresos por venta de entradas alcanzaron los 10 millones de euros. Justo la cifra que cada circuito debe pagar al año para albergar un Gran Premio del Mundial.

Las grandes marcas de automóviles no son ajenas al impacto que tiene esta competición, de ahí los millonarios presupuestos que manejan para participar en la categoría (BMW, Toyota, Renault...) con el objetivo de dar una vertiente práctica a sus divisiones de I+D y de mejorar la imagen de su marca en el mundo. Sin embargo, al tratarse de una competición abierta, estas inversiones pueden tener efectos indeseados. Es el caso del fabricante de neumáticos japonés Bridgestone. Sólo la empresa nipona y la francesa Michelin proveen ruedas para los monoplazas de casi 800 caballos que participan en el campeonato. El cambio de reglamento, que este año obliga a usar un único juego de neumáticos para todo el fin de semana ha traído de cabeza a los fabricantes, que han tenido que dar con un compuesto lo suficientemente blando para aguantar el paso por curva de los vehículos, y lo bastante duro como para soportar los entrenamientos del sábado y la larga carrera del domingo.

Casi todas las grandes marcas calzan Michelin, pero Ferrari, hasta el año pasado reina indiscutible de la categoría, usa Bridgestone. Y las gomas japonesas han tenido tantos problemas de adaptación a la nueva reglamentación que se ha convertido en *vox populi* que los malos resultados de Ferrari este año obedecen a los deficientes neumáticos de Bridgestone. Resultaba casi paradójico ver como el siete veces campeón del mundo Michael Schumacher abandonaba la prueba por problemas con sus ruedas, y acto seguido contemplar el *spot* del fabricante de ruedas en el corte publicitario consecutivo.

Pero además de los intereses de las compañías industriales vinculadas al motor, en el gran circo participan otras muchas compañías de todo tipo. Hasta ahora los principales patrocinadores habían sido las marcas de tabaco, pero los crecientes problemas para portar esa publicidad en los grandes premios que se celebran en Europa han ido haciendo que los equipos buscasen alternativas, y ya no es raro ver cómo bancos, o consultoras como Arthur Andersen, primero, y Accenture, después, anuncian su marca en los monoplazas y en los monos de los pilotos. En el caso de las empresas españolas, y tras la pionera aparición de Lois en los años ochenta, han sido Telefónica y Repsol las que más dinero han invertido en la categoría. A su lado, innumerables empresas han colocado su imagen asociada

a la ropa de los pilotos y la carrocería del coche. Fernando Alonso lleva encima publicidad de Telefónica, Elf, Michelin (en las ruedas de prensa televisadas está obligado por contrato a cambiar su gorra de Renault por una visera del fabricante francés de neumáticos), Mild Seven, iMode, Guro, Chan-yin, Cronotech, y desde hace unas semanas, Mutua Madrileña, que ha pagado un millón de euros para incorporarse a un rincón del mono ignífugo del piloto, y a un alerón inferior del monoplaza. Todos ellos son patrocinadores del equipo, pero a éstos, Fernando Alonso añade los propios: Hero, Playstation, Sandoz, LeesePlan y PGP. Las cifras que todos ellos pagan son un secreto y objeto de múltiples especulaciones. Sólo se conoce, porque trascendió en su momento, la cuantía del contrato que vincula a Telefónica con Fernando Alonso y Renault. El piloto se lleva 1,6 millones de euros cada año, con un incremento anual de 100.000 euros, hasta 2008. Y Renault ingresa de la operadora española 8,5 millones anuales por la publicidad que preside el alerón trasero del monoplaza.

La cifra puede resultar mareante, pero con el dinero de los patrocinios, los equipos deben hacer frente a presupuestos que van, desde los 500 millones de euros anuales de Ferrari, hasta los 35 de Minardi-Cosworth, pasando por los 400 millones de McLaren-Mercedes y Toyota, los 350 de BMW Williams o los 300 de Renault.