

Santander y BBV se siguen los pasos en América Latina y ahora también en Italia

Los dos grandes de la banca española coinciden en preferencias de mercado

MARÍA JOSÉ ALEGRE MADRID

Mientras el grupo Santander reordena las "cosas de casa" —la incorporación de la casi totalidad de Banesto y la fase final de su saneamiento, la ampliación de capital, la liquidación de la SDG y la asignatura pendiente del ajuste de gastos—, el BBV ha tomado el relevo en el lanzamiento de iniciativas en el exterior.

Los mercados interesantes, coinciden en opinar las dos grandes corporaciones españolas, parecen ser los mismos, porque se siguen los pasos en América Latina y ahora en Italia, el país europeo que hierve de los proyectos de fusiones y concentraciones bancarias.

En apenas ocho días, el BBV ha firmado un acuerdo para comprar el 55 % del Banco Excel de Brasil por 70.000 millones de pesetas, y anunciado su oferta por el 10 de la italiana Banca Nazionale del Lavoro. Brasil había sido escenario de apuesta precedente que no cuajó —y de una decena de operaciones sometidas a estudio— y el grupo bancario español ha condicionado la actual propuesta a la autorización de apertura de 400 nuevas oficinas, que se sumarán a las 219 con que actualmente cuenta el Excel. En Brasil, el grupo Santander suma 400 sucursales, resultado de la unión del Noroeste y Geral, sus dos adquisiciones.

Al BBV le queda, en América Latina, una toma de posición en Chile, su próximo objetivo. En el horizonte del programa DOS 1000, el grupo ha destinado al área geográfica iberoamericana una inversión superior al medio billón de pesetas (unos 3.500 millones de dólares) con la finalidad de «estar en todos los países en el año 2.000».

Ecuador, Bolivia, Paraguay... y también Cuba, están en el punto de mira, por este o orden o según



Emilio Ybarra, presidente del BBV.

vayan saliendo adelante las oportunidades.

En el euro, Italia

Los dos grandes grupos españoles parecen inclinarse por Italia para orientar sus tomas de posición en el área del euro. El BBV ya tiene una importante presencia en Portugal —donde compró la red del Lloyds— pero los gestores consideran este mercado una lógica ampliación del nacional, por clientela y hasta por tipo de nego-

cio. Los márgenes de intermediación, por ejemplo, se han estrechado en la misma proporción que los españoles, en abierto contraste con lo que sucede al otro lado del Atlántico. En Italia, a juicio de los expertos, se conjuga una rentabilidad sectorial más elevada con la ventaja del mínimo riesgo.

El presidente del BBV lanzó el mensaje con ocasión de la última Junta de Accionistas: el banco estaba abierto a todo tipo de alianzas y participaciones. Y las auto-

ridades económicas italianas le han ofrecido entrar en el "núcleo duro" de la Banca Nazionale del Lavoro, con una participación del 10 por ciento que alcanzaría un precio del orden de 100.000 millones de pesetas. El Gobierno privatizará el 85,5 % de la BNL, y un 30 % queda destinado a grandes bancos.

El grupo Santander ya está en Italia, y su participación en el Instituto Bancario San Paolo de Torino no se libra de la fiebre de fusiones que sacude al sistema financiero italiano.

El Santander, que acordó inicialmente una alianza con la caja de ahorros milanesa Cariplo (el acuerdo apenas estuvo vigente dos años, de 1990 a 1992), compró un 2 % del San Paolo por 10.400 millones de pesetas en 1995, y ha ido elevando ese porcentaje en ejercicios sucesivos hasta el llegar el 7 % en 1997, una cuota valorada en 53.610 millones de pesetas.

Pero el San Paolo ha anunciado una fusión con el IMI, que rebajaría la participación española al 4 %. El grupo cántabro ha pedido mantener el peso relativo en la nueva composición —que conforma el segundo grupo bancario del país— y conservar con ello una destacada posición de referencia en el mercado bancario italiano. Que lo consiga depende ahora del resto de los socios.

La apuesta del BBV en Italia supone —de confirmarse las iniciativas en curso—, entrar en el cuarto grupo del sector, detrás de los tres primeros conglomerados que se han ido formando: Credit-Unicredito; San Paolo-IMI y Cariplo-Ambroveneto. Pero la Banca Nazionale del Lavoro atraviesa un importante bache (tuvo sensibles pérdidas el pasado ejercicio) y tiene por delante una delicada tarea de saneamiento.

Los accionistas de Vickers, el vendedor de Rolls Royce, tendrán que elegir entre BMW y Volkswagen

COLPISA-EP LONDRES

Volkswagen dio el pasado jueves un sólido paso para hacerse con el control del constructor de coches de lujo Rolls-Royce, al obtener el acuerdo de la dirección de Vickers, el vendedor, pero BMW sigue conservando algunas bazas y dejó planear las dudas sobre sus intenciones.

La acción de Vickers registró el viernes una importante subida en la bolsa de Londres, una clara señal de que los analistas consideran posible una contraoferta de BMW. La acción ganó un 3,5 por ciento respecto al cierre del día anterior.

La dirección de Vickers dio en la noche del jueves la campanada, al anunciar un acuerdo con Volkswagen para venderle Rolls-

Royce Motor Cars por 430 millones de libras (107.000 millones de pesetas). Ocho días antes, Vickers había firmado un acuerdo en firme con BMW por un valor de 340 millones de libras (85.000 millones de pesetas). La oferta de BMW es en teoría aún válida, pero la dirección de Vickers ha cambiado su recomendación para los accionistas y ahora apoya a Volkswagen. Los accionistas de Vickers se pronunciarán sobre las dos ofertas durante una asamblea extraordinaria convocada para el próximo 4 de junio. Antes de esa fecha, BMW puede elevar su oferta o bien retirarse.

Nuevas ofertas

El presidente de Volkswagen, Ferdinand Piech, ha reconocido que

un contraataque de su rival no está excluido. BMW «podría mejorar una vez más» su oferta, declaró el empresario en una entrevista al diario 'Braunschweiger Zeitung'.

Sin embargo, según fuentes cercanas a la empresa, BMW no tiene la intención de presentar una nueva oferta. Durante los meses de negociaciones que llevaron al acuerdo de venta firmado a finales de abril, el constructor había advertido que su primera propuesta sería la última. BMW continúa oficialmente mudo en torno a sus intenciones. «No haremos pública nuestra posición al respecto», declaró un portavoz de BMW. Si bien la diferencia de precio entre las dos ofertas —22.000 millones de pesetas— da una ven-

taja inapelable a Volkswagen, su competidor conserva unas cuantas bazas no desdeñables.

El constructor alemán ha amenazado, por ejemplo, con no entregar los motores del nuevo modelo de Rolls-Royce si el prestigioso constructor se le escapa. BMW suministra igualmente otros componentes clave de Rolls-Royce, y está decidido a utilizar su derecho de suspensión para paralizar toda entrega, lo que podría ocurrir «a corto plazo», indicó un portavoz de BMW.

Piech calificó de «chantaje de guerra» esa amenaza, aunque reconoció que «forma parte del juego». El presidente de Volkswagen dio a entender de todas formas que un compromiso con BMW era posible al respecto.

MANUEL PORTELA PEÑAS

Los libros de texto

EL Gobierno acaba de anunciar que la reforma fiscal que quiere aplicar a partir del próximo año incluirá la posibilidad de deducir 25.000 pesetas por hijo en concepto de adquisición de los libros obligatorios en la enseñanza infantil y secundaria. Una ayuda a las familias, con cargo a los presupuestos, que se añade al aumento del descuento máximo que, ya este año, las librerías pueden hacer por la compra de esos libros.

El proyecto dice que, en estos libros, el descuento máximo posible irá creciendo hasta llegar a ser libre en el año 2001. Esta forma de liberalización fragmentaria y gradualista del precio de los libros sólo está al servicio del control de la inflación medida en el IPC: el capítulo de gasto familiar en libros de texto que se computa en los meses de agosto-septiembre. Pero desde el punto de vista económico resulta una solemne tontería. La liberalización, para poder reducir precios de forma eficaz, debe de ser total, debe afectar al precio de venta al público de todos los libros.

El único perjuicio que va a quedar de esta operación va a ser el cultural. Los editores de libros de texto van a seguir vendiendo el mismo número de unidades que dice su cuota histórica de mercado. La venta de libros de texto no depende de la red comercial (librerías). Depende de la promoción realizada entre el profesorado, que es el que dictamina el alcance de la demanda. La red comercial lo único que hace en este asunto es garantizar la distribución física: una sola vez al año (en agosto, septiembre y octubre) es cuando muchas librerías 'hacen el año'. Si el margen de estos libreros es del 25%-40% y se ve reducido en un 12% de descuento oficial garantizado, el negocio de temporada no dará para mantener abierto el resto del año. Así que la amplia red de librerías 'generalistas' se hará más pequeña, por deserción de muchas que no querrán o podrán vender, durante todo el año, el resto de libros inciertos.

Sin embargo la libertad de precios para toda clase de libros, que traería la desaparición de mucha producción, facilitaría la concentración y la entrada de nuevas inversiones y sistemas de gestión.