



La Llave

La industria acusa el alza de la energía

Las empresas industriales, como el conjunto de los consumidores, afrontan este año una fuerte subida de sus costes energéticos que, en los casos de la electricidad y del gas, ascienden al 11% y al 47%. El escenario no es halagüeño, con un barril de petróleo en 80 dólares y diversos factores que contribuyen a incrementar la presión sobre los precios finales, entre ellos el incremento este año del coste de las emisiones de CO₂. Si la situación es preocupante para el consumidor doméstico, el panorama para las grandes industrias no es en absoluto mejor. El cierre de dos plantas en España anunciado por Alcoa ha funcionado como aldabonazo para poner en guardia al conjunto del sector industrial, que lleva años denunciando el sobrecoste de la electricidad con respecto a los vecinos europeos. Su principal peligro no es tanto la subida de los precios como la pérdida de competitividad si los incrementos son superiores a los de otras regiones. Esta circunstancia se hace dramática en sectores como el siderúrgico, el químico o el de fabricación de bienes de equipo, altamente exportadores. El Gobierno ha anunciado agendas para quince sectores industriales y una nueva ley de industria, pero los empresarios reclaman, sobre el terreno, que acelere regulaciones ya previstas desde hace años, para las que no hacen falta grandes proyectos legislativos.

En el entorno actual, en el que la factura energética de la industria ronda los 10.500 millones de euros, necesitan agilidad en la labor de acompañamiento que corresponde al Ministerio de Industria. A sus reivindicaciones se suman ahora grandes empresas de distribución como El Corte Inglés, Carrefour o Ikea, lo que da cuenta de la magnitud del problema energético, sobre todo en un momento en el que asoman señales de ralentización económica. Son conocidas las virtudes de la industria, tanto como dinamizadora económica como por su mayor capacidad de resistencia ante periodos de crisis. Por eso, es necesario situarla en el centro de las agendas políticas.

La auditoría se enfrenta a cambios

En un mundo globalizado, hiperconectado y digitalizado en el que la transparencia se ha convertido en un elemento prioritario y esencial, el sector de la auditoría sigue jugando un papel clave. La confianza en los mercados, la seguridad de los inversores en la fiabilidad de la información financiera y el poder avanzar en materia de gobierno corporativo son algunos de los pilares en los que se apoya el sector, que se ha dado cita estos días para abordar los retos y

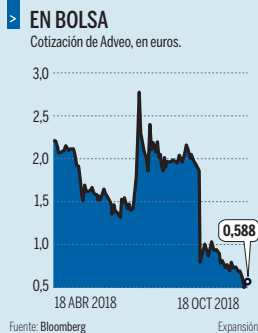
desafíos de una industria cuyo trabajo pivota en torno al valor reputacional y al prestigio. Con estas prioridades siempre presentes, el sector debe hacer hincapié en la retención y captación de talento y la adopción de nuevas tecnologías y la digitalización con el objetivo de fomentar entornos de control adecuados. Para ello, desde el sector exigen al Gobierno una mayor flexibilidad que les permita poder adaptarse a los nuevos tiempos. En este sentido, las auditoras consideran que el desarrollo del reglamento de la Ley de auditoría supone una excelente oportunidad para subsanar algunos defectos de la normativa, que nació sin consenso. Para el sector, un reglamento consensuado permitiría eliminar costes elevados, acabar con la inseguridad jurídica de la actual normativa, ayudar al auditor a centrar sus esfuerzos en mejorar la calidad de su trabajo y derribar trabas a la libre competencia. De momento, el borrador del reglamento, en consulta pública, lejos de contentar al sector, le ha puesto más a la defensiva.

Unilever y Nestlé suben precios

Los grandes grupos mundiales de alimentación y de productos de consumo ya han publicado su cifra de ventas del tercer trimestre y la acumulada de nueve meses, y aunque todavía están pendientes las presentaciones completas de resultados, los datos de ingresos son prometedores, en parte debido al repunte de la inflación en distintos mercados, que está permitiendo aumentos de precios, del 1,4% en el caso de Unilever y del 0,9% en el de Nestlé, ambos para el tercer trimestre. Las ventas orgánicas, sin considerar tipos de cambio, crecieron un 3,8% en el caso de Unilever y un 2,9% en el de Nestlé, con expectativas de crecer un 4% y un 3%, respectivamente, en todo 2018. En un contexto de fuerte presión del canal, entornos moderadamente inflacionistas como el actual son positivos para las compañías, dado que facilitan subidas de precios que también permiten compensar la presión de costes de materias primas. En cuanto a la cifra de ventas absoluta, la negativa evolución de las divisas en los países emergentes y en desarrollo está afectando negativamente a los grandes grupos, con resultados desiguales en los nueve meses: caídas del 0,5% y del 5,3% en Danone y Unilever, respectivamente, y aumento del 2% en Nestlé. En cuanto a rentabilidad, en el primer semestre, el margen operativo se movió entre el 14,2% de Danone, el 16,1% de Nestlé y el 17,3% de Unilever, y las perspectivas para todo 2018 son de mejora en todos ellos.

Adveo se acoge al precurso para sortear la quiebra

Adveo (cuyo origen es la antigua Unipapel) se acogió ayer a precurso de acreedores tras fracasar la negociación entre sus acreedores y Staples Solutions, una sociedad controlada por el fondo estadounidense Cerberus. La operación prevista contemplaba la compra de la deuda existente con una quita estimada del 80% y previsiblemente la inyección de nuevos fondos para relanzar la actividad, penalizada fuertemente por la falta estructural de existencias. Esta mala noticia sigue a la también negativa de principios de octubre, cuando el grupo informaba del retraso en la venta prevista, por 22 millones, de las naves de Tres Cantos. La compañía se considera líder europeo en la distribución mayorista de productos de oficina, pero la falta de financiación le está abocando a una situación de estrangulamiento por la continuada caída de ventas. En 2017, los ingresos bajaron un 34%, hasta 490 millones, y en el primer semestre de 2018 un 21%, hasta 197 millones, con un ebitda de 2 millones (-72%) y pérdidas de 18



millones. La deuda neta suma 147 millones, pero sube a 190 millones con la de proveedores. Adveo capitaliza 13 millones de euros tras perder un 78% de su valor en los últimos 12 meses. La prognosis es negativa: negocio de márgenes ajustados por la fuerte competencia en precios y de poco valor añadido. Ahora la compañía tiene cuatro meses para intentar levantar el precurso y un panorama muy incierto por delante.