

DAIMLERCHRYSLER

Manfred Bischoff sustituirá a Hilmar Kopper en la presidencia del grupo

■ El consejo de supervisión de DaimlerChrysler ha elegido, de manera informal, al nuevo presidente del fabricante automovilístico germanoestadounidense, que sustituirá a Hilmar Kopper. La decisión es histórica porque rompe los lazos de la firma con uno de sus principales accionistas: Deutsche Bank. El consejo ha acordado en privado que Manfred Bischoff, anterior responsable de la filial aeroespacial del grupo, sustituya a Kopper el año próximo, cuando expira su contrato, según *Financial Times*. Deutsche Bank era el mayor accionista de DaimlerChrysler, pero vendió la mayor parte del 10,4% que poseía en la empresa el mismo día de 2005 que Jürgen Schrempp, ex consejero delegado y aliado de Kopper, dimitió.

HOLCIM ESPAÑA

Las ventas crecen un 10,5%

■ Holcim España, filial de la cementera suiza, facturó 650 millones de euros en 2005, un 10,5% más. El grupo, presente en Valencia, Murcia, Madrid, Castilla-La Mancha, Galicia y Andalucía, obtiene la mayor parte de sus ventas en esta última comunidad, donde se ubican 4 de los 6 centros productivos que tiene en España.

CLEOP

Compra del 35,9% de la promotora Urbem por cien millones

■ La Compañía Levantina de Edificación y Obras Públicas (Cleop) ha firmado una opción de compra para hacerse con el 35,9% de la promotora valenciana Urbem por cien millones de euros. Ese paquete está en manos de los hermanos March, una de las familias fundadoras de la firma. Cleop tiene previsto crear una sociedad para realizar esta adquisición, y en ella podría dar entrada a otros socios también ligados al sector de construcción e inmobiliario. El presidente, Carlos Turró, afirma que hay varias empresas interesadas, aunque por el momento no se ha tomado una decisión sobre quiénes serán sus *compañeros de viaje*, ni sobre cómo se distribuirá el capital en la sociedad adquirente.

ARCELOR

Control del 98,5% de Dofasco

■ El primer grupo siderúrgico europeo, Arcelor, controla ya el 98,5% de Dofasco, una vez finalizado el plazo de ampliación de la opa presentada por el cien por cien de la compañía a un precio de 71 dólares canadienses (52,2 euros) por acción. Arcelor hará efectivo el pago de 4.047 millones de euros antes del 10 de marzo.

AUDITORÍA

La implantación de las normas internacionales en las empresas necesita un periodo de consolidación.

La nueva contabilidad se toma un respiro

Escribe Juan Jardón

Las normas internacionales de contabilidad (NIC) están formuladas sobre unos principios generales, con lo que abren la puerta a numerosas interpretaciones diferentes. El organismo internacional que impulsa la armonización de los planes contables de todo el mundo, el Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB), está recogiendo las dudas surgidas sobre las normas para unificar criterios que puedan ser utilizados de forma general y ha planteado algunas modificaciones a las normas para mejorar su interpretación.

"Es necesario que las normas se mantengan sin cambios en el tiempo para que se conozca su funcionamiento de forma que aporten seguridad jurídica a aquéllos encargados de aplicarlas en la contabilidad. También para que todos los implicados las utilicen de la misma forma", afirmó Juan Manuel Pérez Iglesias, subdirector general adjunto de Normalización y Técnica Contable del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (Icac), durante la celebración del V Encuentro sobre las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), organizadas por Recoletos Conferencias y Formación y patrocinadas por la consultora Tinsa.

Por su parte, Óscar Fanjul, el único consejero español del IASB, señaló durante su intervención que el organismo internacional se ha comprometido a establecer un parón en las mejoras y cambios de las NIC. "El IASB continuará recogiendo impresiones de las aplicaciones de las normas en los diferentes países en los que se han implantado y bajará el ritmo de modificaciones para consolidar lo ya alcanzado. El organismo quiere apostar ahora por el proceso de convergencia a las normas internacionales de EEUU, puesto en marcha recientemente", apuntó Fanjul.

Durante el transcurso del encuentro, se analizaron varios ejemplos de adaptación

Tiempo para la reflexión

"El IASB ha reducido el ritmo de cambios en las normas para apostar por la convergencia con EEUU", afirma Fanjul



Juan Manuel Pérez Iglesias. / Rala Martin

a las NIC en las empresas. Javier Moreno, director financiero de la inmobiliaria Metrovacesa, expuso que uno de los problemas más difíciles y que afecta a todo el sector inmobiliario es la valoración del patrimonio. "Para cuantificar las inversiones de una compañía, las NIC permiten optar entre la valoración de los activos según el valor razonable que tendrían en ese momento en el mercado o los costes históricos, que no incluyen las plusvalías de una posible venta. Decantarse por uno o por otro conlleva grandes diferencias", señaló Moreno. El directivo comparó que el activo total de la compañía en España hallado según el valor de mercado ascendería a 9.290 millones de euros, mientras que con el coste histórico, éste alcanzaría 7.873 millones, una diferencia de más de 1.400 millones. "Elaborar las cuentas según uno de los criterios no permite la armonización que busca la contabilidad internacional", añadió.

Pág. 4 Planes de Metrovacesa

"Las NIC necesitan estabilidad en el tiempo para que puedan llegar a conocerse", señala Pérez Iglesias

LA INVERSIÓN SE TRIPLICÓ EN 2005

La época dorada de los centros comerciales

La ralentización del alza del precio de la vivienda ha animado a los promotores a invertir en el sector.

EXPANSIÓN. Madrid

Los centros comerciales van viento en popa. La inversión inmobiliaria en este sector alcanzó el año pasado 1.200 millones de euros, lo que supone más que triplicar la cifra de 2004, y se inauguraron 27 nuevos complejos, según datos de la Asociación Española de Centros Comerciales (Aecc).

Ante la desaceleración en el aumento de los precios de la vivienda, los promotores han comenzado a desviar parte de su inversión hacia el área de los centros comerciales, que ofrece una rentabilidad cercana al 6%, superior, por ejemplo, a la de las oficinas o las naves logísticas.

El sector, sin embargo, se enfrenta a una serie de retos, como la creciente exigencia de un mercado cada vez más competitivo o el descenso de las afluencias medias de visitantes de los centros, síntoma de que el negocio está empezando a dar sus primeros signos de saturación. A ello se suman las trabas de las diferentes administraciones autonómicas al otorgamiento de nuevas licencias de apertura.

Entre las tendencias previstas para los próximos años, el sector augura un aumento del número medio de comercios, un incremento de la superficie media de los locales y un progresivo avance de las cadenas de franquicias y de los comercios especializados en moda y restauración. Paralelamente, se diversificará la oferta de ocio y aumentará el tiempo de permanencia del cliente, según explicó ayer Antonio de la Peña, vicepresidente de la Aecc, en el transcurso del VIII Encuentro sobre Cen-



Emilio Gómez, de Lovells, y Antonio de la Peña, de la Aecc.

tros Comerciales, organizados por Recoletos Conferencias y Formación.

Sabaté señaló que España se ha convertido en uno de los mercados europeos más atractivos para los comer-

Tendencias

■ El sector prevé un aumento del número medio de comercios, un alza de la superficie media de los locales y un progresivo avance de las franquicias.

■ Se diversificará la oferta de ocio y aumentará el tiempo de permanencia del cliente.

■ España se ha convertido en uno de los mercados europeos más atractivos para los comerciantes internacionales.

■ El sector, sin embargo, empieza a dar sus primeros síntomas de agotamiento en los grandes núcleos de población, lo que ha propiciado un desplazamiento de la oferta hacia ciudades medianas.

cientos internacionales, al nivel de República Checa, Holanda y Francia. Sólo Irlanda y Suiza, y otras economías en proceso de apertura como Rumanía, Eslovenia, Eslovaquia, Hungría y Rusia, el país predilecto por las cadenas de comercio europeo, según una encuesta de European Retail Space.

Para los comerciantes, los centros siguen siendo una fuente de ventas, por la mayor amplitud de la oferta y las mejores condiciones de seguridad que, entre otros factores, ofrecen frente a los comercios ubicados en la calle.

Patricia Matías, directora comercial adjunta de la consultora Gestalia, subrayó que empieza a producirse un desplazamiento de la oferta de centros de nueva creación a las ciudades de pequeño y mediano tamaño, a causa de la saturación de la oferta en los grandes núcleos de población, al crecimiento del poder adquisitivo en estas áreas y a los cambios en los hábitos de consumo.