

MERCADOS

DE EL MUNDO

www.elmundo.es
/mundodinero

> A FONDO / 2
> LA SEMANA / 6
> ECONOMÍA Y EMPRESAS / 10
> BOLSA / 25
> Expansión
y Empleo / 31-47



Pocoyó, a Bolsa

Zinkia protagonizará la primera salida a la nueva Bolsa para pymes

PÁGINA 20

Peter Löscher

«El éxito del AVE español nos ayudará a ganar pedidos en EEUU»

PÁGINA 23



Conflicto familiar

Los problemas a los que se enfrentan las empresas a la hora del relevo en la cúpula

PÁGINA 31

500.000 ricos blindados ante Hacienda

> **IRPF/** Las grandes fortunas y las rentas altas no sufrirán la subida de impuestos que prepara el Gobierno. El impacto de la reforma fiscal recaerá, sobre todo, en los cinco millones de rentas medias. Por **Francisco Núñez**

El Gobierno ya no oculta sus intenciones ni la gravedad de la situación de las cuentas públicas. Por primera vez en la Historia, el déficit del Estado alcanzará este año el 10% del PIB (más del 8,5% será de la Administración Central), y, probablemente, el de 2010 también tendrá dos dígitos.

Ante la falta de compromiso para aplicar un fuerte tjeretazo al gasto del Estado, y de forzar que las 17 autonomías y los 8.000 ayuntamientos hagan lo mismo —todos ellos endeudados hasta las cejas—, el Ejecutivo va a optar por la subida de impuestos, en particular del IRPF, a partir de 2010. Necesita hacer caja con urgencia y va a centrar su objetivo en los impuestos sobre los que dispone de mayor control.

De ahí que haya empezado por subir los impuestos de las gasolinas, el gasóleo de automoción y el tabaco. Son *habas contadas*, porque cada cisterna que sale de la Corporación Logística de Hidrocarburos tiene a un inspector detrás. Y las cajetillas de tabaco necesitan el sello de Hacienda para su comercialización.

¿Cómo puede obtener ingresos rápidos? Con el IRPF, que grava exclusivamente a las rentas de trabajo; el verdadero caladero de las arcas públicas. ¿Y de qué tipo de rentas puede recaudar más? De



José Luis Rodríguez Zapatero, con la ministra Elena Salgado, en la sesión de control en el Congreso. / BERNARDO DÍAZ

las medias, que son casi cinco millones de declarantes, con ingresos de entre 21.000 y 60.000 euros, y que aportan cerca del 50% de la recaudación total de Hacienda.

Las rentas bajas declaradas, donde se concentra el mayor interés electoral, o no tributan o pagan

muy poco al fisco. Cualquier empresario puede diseñarse su sueldo para pagar menos. Prueba de ello es que los autónomos declaran de media un 25% menos de ingresos que cualquier trabajador.

Por su parte, las altas no existen en el IRPF. Ni unas ni otras sufrirán, por tanto, los efectos de la reforma fiscal.

Como rentas altas, si se entienden como tales aquellas que obtienen ingresos superiores a 60.000 euros anuales, sólo constan para el fisco medio millón de personas (el 3%), de los casi 18 millones de de-

clarantes. Son cerca de 500.000 ricos, que tienen un tratamiento fiscal discriminatorio respecto a las rentas de trabajo. Muchos de ellos se encuentran tras las denominadas Sicav, que tributan al 1% gracias a una exención del 99%. Además, el PSOE ha suprimido el Impuesto de Patrimonio y ha permitido que los contribuyentes deslocalizados en paraísos fiscales puedan comprar deuda española de forma anónima.

También tributan al 18% las rentas de capital y las patrimoniales, a diferencia de las de trabajo, que lo hacen hasta el 43%. Para todas ellas, no habrá ninguna subida de impuestos.

El porqué es evidente. La propia vicepresidenta económica, Elena Salgado, ha reiterado que subir los impuestos a este colectivo tendría «poca capacidad recaudatoria».

El PSOE intentó esta semana aprobar una enmienda para instar al Gobierno a una subida de impuestos, en la que ya trabaja, para las rentas más altas y el aumento de la progresividad del IRPF (para que pague más quien más gana).

Sin embargo, las rentas elevadas, las de verdad, no constan en el sistema fiscal español. Ni el Gobierno tiene intención, aunque figure en su programa electoral, de «mejorar la equidad y la justicia fiscal».

SIGUE EN PÁGINA 2

La deuda del 'ladrillo' pone de nuevo en jaque a bancos y cajas

> **CRISIS/** Las promotoras piden una segunda moratoria en el pago de 30.000 millones para sobrevivir

Por segunda vez en menos de un año, las inmobiliarias cotizadas vuelven a sentarse con la banca para pactar nuevas condiciones en la amortización de sus abultados pasivos. Sanear la tesorería para afrontar los créditos es misión imposible en un mercado que no levanta cabeza. Esta nueva oleada de refinanciacióes podría llevar al concurso a las firmas con más dificultades e incluso derivar en la quiebra de alguna entidad. PÁGINA 10

> **Jordi Sevilla**

¿Qué reforma laboral?

PÁGINA 13

> **Luis de Guindos**

El 'efecto pobreza' según el Banco de España

PÁGINA 17

> **Carlos Segovia**

Ojo 'Mafo': Esta ronda la pagan los españoles

PÁGINA 48



CENTRO DE ESTUDIOS
GARRIGUES
PROGRAMAS MÁSTER

Tributación
Banca y Finanzas
Derecho Empresarial
Recursos Humanos
Asesoría Jurídica Laboral

Sesiones informativas

MADRID:	2 de Julio 19.00 h.
Zaragoza:	30 de Junio 12.00 h.
Alicante:	30 de Junio 13.00 h.
Valencia:	30 de Junio 17.00 h.
Oviedo:	1 de Julio 12.00 h.
Sevilla:	2 de Julio 18.00 h.
Bilbao:	2 de Julio 13.00 h.
Granada:	2 de Julio 17.00 h.

se ruega confirmar asistencia

Pº de Recoletos, 35 28004 MADRID Tel.: 91 514 53 30 www.centrogarrigues.com

>> ECONOMÍA Y EMPRESAS

> EXPANSIÓN

Pocoyó echa a andar en el parqué

Zinkia, la empresa creadora del famoso personaje infantil, será la primera en salir al MAB, la Bolsa española para pymes. Por **J. G. Gallego**

Al famoso personaje de entretenimiento infantil Pocoyó todavía le quedan muchas aventuras por vivir. Una de ellas tendrá lugar seguramente este verano, cuando salga a cotizar en el Mercado Alternativo Bursátil (MAB), la Bolsa española para Pymes. Zinkia, la compañía creadora de este personaje, será así la primera en dar el salto a este mercado de reciente creación que da la oportunidad a las pequeñas y medianas empresas de obtener financiación a través del mercado de capitales.

Zinkia ha conseguido convertirse en un referente mundial dentro del entretenimiento infantil gracias al éxito internacional de Pocoyó. Aunque originalmente nació como una serie de televisión, este personaje se ha convertido en una

las familias, especialmente al público infantil de hasta 14 años», apunta Castillejo.

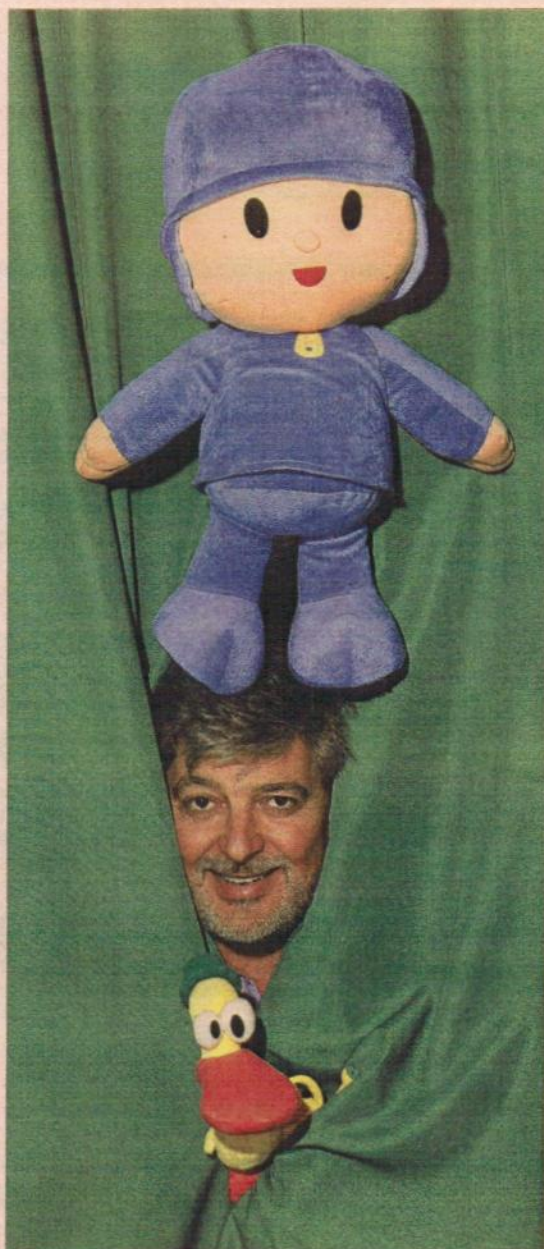
El negocio de Zinkia está dividido en tres unidades: productora de dibujos animados, productora interactiva -encargada de desarrollar juegos para videoconsolas, como el exitoso Playchapas de la PSP- y el área de explotación de marcas, es decir, la venta de distintos productos basados en sus creaciones.

Con esta estructura la compañía cerró 2008 con unos beneficios de 1,6 millones de euros, gracias especialmente a los derechos de explotación de su personaje estrella. Porque la historia reciente de Zinkia tiene mucho que ver con el nacimiento y los primeros pasos de Pocoyó. Tras un largo periodo de creación del personaje y el mundo que lo rodea, los dueños de Zinkia visitaron a TVE para ofrecerle los derechos, una oportunidad que en un primer momento la cadena pública rechazó. De hecho, el primer público infantil que vio estos dibujos fue el británico, a través de la cadena ITV, pionera en hacerse con sus derechos de retransmisión y con una parte de la distribución del producto en el extranjero.

Éxito mundial

A partir de ahí, el éxito de Pocoyó se ha extendido por todo el Planeta, con un impacto sobre 3,5 millones de niños, dos millones de juguetes vendidos y casi 10 millones de descargas en youtube. La serie además ha ganado algunos de los premios internacionales más prestigiosos, incluido un Bafta, de la Academia Británica del Cine y la Televisión.

Estas magnitudes reflejan el potencial de una empresa que ahora acude a la Bolsa en busca de financiación con la que continuar sus proyectos de expansión. Entre ellos destaca el lanzamiento de dos nuevos productos, *Mola Noguru* y *Fishtale Saga*, dos series infantiles con las que Zinkia pretende replicar el éxito internacional de Pocoyó. «Sólo con este personaje Zinkia podría ser una multinacional, pero no queremos descansar sobre un sólo modelo,



José María Castillejo, presidente de Zinkia. / BERNARDO DÍAZ

estamos innovando y creando nuevos personajes para continuar creciendo», dice Castillejo.

El salto de esta compañía al mercado bursátil tiene doble mérito. Por un lado, será la primera empresa española en salir a Bolsa desde la cuotas participativas de la CAM hace un año -sin tener en cuenta este modelo, la última OPV fue a finales de 2007-. Por otro,

La salida a Bolsa, prevista para este verano, está destinada a inversores institucionales

Zinkia es la primera Pyme que cotizará en el MAB dentro de la categoría de empresas en expansión.

La operación, articulada mediante OPV y OPS, estará dirigida únicamente a inversores institucionales, si bien Castillejo confía en que la etapa de auténtico crecimiento de Zinkia llegará cuando los minoritarios apuesten por ella en el mercado. Para ello, Banesto, que actúa como banco colocador,

actuará como proveedor de liquidez y ofrecerá seguimiento y análisis. Analistas Financieros Internacionales (AFI), será por su parte el asesor registrado de Zinkia, es decir, la figura que actuará como intermediario entre la empresa y el regulador y los accionistas.

Aunque todavía no se conocen las cifras definitivas de la operación -el folleto aún debe ser aprobado por la CNMV-, el presidente de Zinkia sabe que la salida a Bolsa es un paso clave para dar un salto cualitativo y cuantitativo en su negocio. Sobre él hay fuertes esperanzas de crecimiento ya que está actualmente en negociaciones para dar el salto a tres de los mercados más importantes del mundo en los que aún no está presente: Estados Unidos, India y Japón.

La expansión es, según su presidente, la mejor receta contra una crisis que también se ha dejado notar en el negocio de la animación infantil. «Lo que nos hace algo más inmunes que otros sectores es la diversificación y sobre todo, el público al que nos dirigimos: nadie escatima en hacer feliz a un niño», dice Castillejo.

> HACER NEGOCIOS EN

JOHANESBURGO



Estadio de Johannesburgo. / REUTERS

Johannesburgo no es sólo la sede del fútbol mundial (hoy acoge la final de la Copa Confederaciones y en 2010 albergará el Mundial de fútbol), sino también la joya de la corona de Sudáfrica, la economía más rica de África. Inexplorada para el mercado español, el centro económico de este país, abundante en materias primas, genera el 25% del PIB africano. Es el momento de entrar en su mercado. Por **Joana Socías**

■ ■ ■ CÓMO ENTRAR...

Una infraestructura única en el continente así como sistemas políticos y legales estables permiten la llegada al inversor sin temores. El nuevo Gobierno de Jacob Zuma promete continuidad en la política liberalizadora de este país. Empresas como COPCA (Consultoría para Empresas Catalanas-Españolas) ayudan a dar los primeros pasos a recién llegados (+27 11 442 0335).

■ ■ ■ LOS NOMBRES...

La Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Johannesburgo (+27 11 883 2102/03) cuenta con exhaustivos análisis sobre el mercado sudafricano, la mayor parte del cual está liberalizado a diferencia de la mayoría de países africanos. El South African Bureau of Standards (info@sabs.co.za o www.sabs.co.za) regula la homologación de productos nuevos para el mercado, mientras que el Trade and Investment South Africa (www.thediti.gov.za) -dependiente del Ministerio de Comercio e Industria- se encarga de la promoción del comercio y las inversiones en el exterior, y ofrece algunos servicios como la asistencia específica por sectores.

■ ■ ■ LOS LUGARES...

El Ayuntamiento de la ciudad más grande de Sudáfrica (www.joburg.org.za) ofrece información sobre ferias y eventos empresariales. También se recomienda contactar con el Departamento de Desarrollo Económico de Johannesburgo (+27 11 358 3442), epicentro de las infraestructuras deportivas que albergarán por primera vez unos mundiales de fútbol en África. El ICEX estima que el gasto para la mejora y construcción de infraestructuras será de 1.800 millones de euros. Las salas del Sandton Convention Centre (www.saconvention.co.za), en el corazón financiero de la ciudad, son idóneas para las citas de negocios.

marca global presente en 19 países y con ventas en más de 90, desde DVD y películas hasta peluches pasando por videojuegos.

Uno de los creadores de Zinkia es su actual presidente y máximo accionista, José María Castillejo, quien ha visto evolucionar la compañía desde su creación en 2001. De hecho, de la idea original -una productora de contenidos audiovisuales para televisión- a la actual Zinkia hay mucho de evolución y cambio: «Ahora ni siquiera puede decirse que seamos una compañía de dibujos animados. Más bien somos creadores de marcas globales dirigidas a