

## Control de las entidades de crédito: más de lo mismo

AHORA MISMO

Emilio Beltrán y  
Juan Carlos Rodríguez Maseda

En nuestra normativa actual, corresponde al Banco de España el control e inspección de las entidades de crédito. La intervención, o la sustitución de los órganos de gobierno, puede acordarse cuando la entidad se encuentre en una situación de excepcional gravedad que ponga en peligro la efectividad de sus recursos propios o su estabilidad, liquidez o solvencia. El Tribunal Supremo, en el caso Banesto, estableció que la finalidad de esta medida de intervención es evitar que el peligro potencial se transforme en real, con el consiguiente daño para todo el sistema financiero en general, que tendría que reparar las consecuencias derivadas de la situación de insolvencia. Es decir, la legislación de disciplina e intervención de las entidades otorga herramientas suficientes al Banco de España, en funciones de supervisor, para velar por la solvencia, actuación y cumplimiento de la normativa específica y promover el buen funcionamiento y estabilidad del sistema financiero.

Por ello, el Real Decreto-ley que está preparando el Gobierno y que verá la luz, previsiblemente, el próximo 31 de agosto, resulta ser más de lo mismo.

Sin perder de vista que cuatro de los miembros de la Comisión Rectora del Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria (FROB) lo designa el Banco de España, sin duda alguna se puede revelar que las competencias del órgano rector se encontrarán mediatizadas por la intervención del FROB buscando, probablemente, un mayor grado de eficacia y rapidez en la toma de decisiones, pero sin la pérdida del protagonismo que actualmente tiene.

El Real Decreto que diseña el Gobierno se enfrenta a la problemática de la insolvencia en tres niveles de gravedad o momentos, para los que aporta soluciones que parecen sucesivas. En un primer nivel, se habla de una intervención temprana y de la configuración de un plan de actuación, para aquellos supuestos en que la entidad presenta un problema de solvencia, pero susceptible de alcanzar una solución por sus propios medios y a través de ese plan de actuación que requiere ser aprobado por el Banco de España, con informe favorable del FROB, y altos niveles de intervención y seguimiento de la evolución de la situación inicialmente desfavorable. En el segundo nivel, nos encontramos con lo que el texto denomina situaciones de reestructuración, en supuestos en que la entidad requiera apoyo financiero público, existiendo elementos objetivos, razonables, que permitan considerar que dicho apoyo podrá ser objeto de reembolso en los plazos previstos. Así, se presentará al Banco de España, para su aprobación, previo informe del FROB, un plan de reestructuración. El tercer y último nivel lo determinan aquellas entidades que se consideran inviables o que, con las técnicas de intervención temprana o de reestructuración, no puedan llegar a serlo, incluso cuando razones de interés público aconsejen la resolución. En estos

casos, se abre lo que se denomina un proceso de resolución ordenada, sobre la base de un plan de resolución. El afán planificador resulta evidente.

Llegados a este punto, nos podemos preguntar en qué sitio quedan las normas sobre disciplina e intervención, o las especialidades establecidas por la legislación concursal para los casos de concurso de entidades financieras. La única previsión la encontramos en la disposición adicional quinta, al establecer que el deber de solicitar la declaración de concurso no será exigible a la entidad de crédito que, dentro de los supuestos previstos en este Real Decreto-ley, se encuentre en la tramitación de un proceso de intervención temprana, reestructuración o resolución, agregando que, en estos casos, no se proveerán por el juzgado competente las solicitudes de concurso referidas a una entidad de crédito que puedan presentarse, pretendiendo establecer un nuevo marco o ámbito para la ampliación temporal y material de los efectos del artículo 5 bis de la Ley Concursal. Esta norma generará muchos debates en cuanto a su relevancia e implementación en el sistema legal actualmente vigente, puesto que parece enmarcarse, en términos procesales, en lo que calificaríamos como actuaciones preprocesales. En su consecuencia, el horizonte concursal y su normativa especial, quedaría intacto para aquellos supuestos en que concurren imprevistos desórdenes, en el equilibrio marco diseñado por nuestro voluntarista Gobierno. Recordemos, en este sentido, que en los casos en que el Banco de España haya acordado la sustitución provisional de los órganos de administración de la entidad de crédito, la legitimación para solicitar el concurso corresponderá exclusivamente al FROB. En conclusión, se trata de mayores cotas de intervención, análogas a las existentes, que sólo serán eficaces en la medida en que sus actores, funcionarios y profesionales demuestren altos niveles de formación, profesionalidad e independencia.

Emilio Beltrán es catedrático de Derecho Mercantil, Universidad CEU San Pablo, y director académico de Dictum Abogados. Juan Carlos Rodríguez Maseda es director general de Dictum Abogados



## Conquistar los mercados emergentes

VISIÓN PERSONAL

Carlos  
Moro González



La actual crisis ha perjudicado a la pyme española, debido a la alta disminución de la demanda interna, lo que ha llevado a muchas a buscar mercado en países emergentes. Sin embargo, la amplia mayoría de pymes españolas carecen de estrategia o se basan en modelos muy maduros para abrirse camino en estos mercados emergentes. Es evidente la oportunidad de estos mercados. Los BRICs crecen tres veces más rápido que los países desarrollados. La industrialización y las infraestructuras son sus grandes motores de crecimiento, junto a un mercado que en una década representará el 85% de la población mundial, según el Banco Mundial.

Estas nuevas sociedades de consumo incorporan una clase media que integra a 70 millones de personas cada año con una renta per cápita entre 5.000 y 25.000 euros anuales. Brasil, Rusia, India, China, México... deben ser por tanto mercados objetivo para los planes de internacionalización de nuestras empresas. Hay que destacar que nuestro esquema de exportación no responde a esta tendencia. Francia y Alemania representan el 30% de nuestras exportaciones y los BRIC un 4%. La razón es nuestra pérdida de competitividad.

Cambiar el modelo productivo sin invertir en innovación es tarea imposible. Las decisiones de política económica que han implicado los mayores recortes a la inversión pública en innovación de nuestra historia reciente generan pésimas condiciones para exportar de forma sólida y persistente en nuevos mercados. La tarea queda en exclusiva en manos de la empresa privada en un escenario de severo estrangulamiento del crédito. Unido a esta falta de impulso innovador en España, nos encontramos con una doble dificultad de competitividad cuando acudimos a los mercados emergentes: nuestro alto precio de mano de obra productiva y la barrera actual que tiene ante sí la marca España a nivel internacional. Los países emergentes aportan a sus productos mayor competitividad tecnológica a un precio de producción más reducido. España no forma parte de esos mercados productivos low costs, con mano de obra entre 6 y 20 veces más cara según el país de comparación.

Ofertar precios competitivos supone la implantación industrial en países de bajo coste, algo impensable para la mayoría de las empresas, lo que permitiría una oferta capaz de ganar cuota de mercado local. Junto a ello, la marca España sufre el mayor desgaste de credibilidad económica de los últimos tiempos y es hoy por hoy la antítesis de un "valor deseado". La eclosión de un entramado vicioso de esta naturaleza —falta de competitividad, inversión pública en innovación bajo mínimos, mercado crediticio lastrado o momentum horribilis de la marca España— es de muy compleja solución. La receta para el saneamiento de nuestras exportaciones a mercados emergentes pasa por asumir la responsabilidad y el protagonismo del desarrollo tecnológico.

Innovar representa hoy una dificultad añadida por las graves dificultades de capitalización. La alternativa es captar fondos de proyectos de I+D disponibles en los mercados, tanto en el marco europeo como internacional. La empresa española no debe retroceder ante la falta de caudal público español. El ejemplo de éxito de una buena estrategia de exportación lo tenemos en la industria de alimentación y bebidas española que, con 30.000 empresas y 450.000 empleos, aumentó sus ventas en 2011 gracias al incremento de las exportaciones, con crecimiento en dobles dígitos, y se sitúa como sector líder en exportación, ayudando al país a compensar el déficit comercial.

¿A qué se debe el tirón del sector de alimentación y bebidas? Es competitivo en precios y además apuesta por introducir de forma creciente soluciones biotecnológicas. Es decir, rotura en los procesos y en nuevos conceptos de productos y servicios, mejoras de presentaciones y, en definitiva, ampliación de la base de competitividad de nuestras empresas en el mercado global, donde la innovación del modelo de negocio con base tecnológica será crítica para capturar a la clase media en los países emergentes en los próximos años. Además, el sector trabaja de forma creciente en modelos cluster de cooperación, fundamentalmente asociado a la I+D. Por tanto, es esencial proteger y potenciar la I+D, con especial énfasis en el sector agroalimentario, una señal de identidad muy propia, y crear en nuestra propia fuerza, en nuestra capacidad e iniciativa para lograr estar donde queremos y debemos estar.

Presidente de grupo Matarrómera

## Expansión

DIRECTOR GENERAL EDITORIAL PEDRO J. RAMÍREZ

DIRECTORA ANA I. PEREDA

DIRECTOR ADJUNTO: Manuel del Pozo

SUBDIRECTORES: Martí Saballs y Pedro Blurrún

Redactores Jefes: Mayte A. Ayuso, Juan José Garrido, Augusto González-Besada, Tino Fernández, Clara Ruiz de Gauna (Empresas), José Orihuel (Cataluña), Roberto Casado (Londres) y Estela S. Mazo (Nueva York)

Expansion.com Miquel Roig / Finanzas/Mercados Laura García / Economía Juan José Marcos / Especiales Sonsoles García Pindado Directivos Emelia Viana / Andalucía Simón Orrubia Comunidad Valenciana Julia Brines / País Vasco Marian Fuentes / Galicia Abeta Chas C. Europea Ramón Rodríguez Lavín

MADRID: 28033, Avenida de San Luis, 25-27.1ª planta. Tel. 91 443 50 00. Expansión.com 902 99 61 11 / BARCELONA: 08080, Paseo de Gracia, 11, Escalera A, 5ª planta. Tel. 93 496 24 00. Fax: 93 496 24 05. / BILBAO: 48009, Plaza Euzkadi, 5, planta 10, sector 1. Tel. 94 473 91 00. Fax: 94 473 91 58. / VALENCIA: 46004, Plaza de América, 2, 1ª planta. Tel. 96 337 93 20. Fax: 96 351 81 01. / SEVILLA: 41011, República Argentina, 25, 9ª planta. Tel. 95 499 14 40. Fax: 95 427 25 01. / VIGO: 36202, López de Vieira, 3, 3ª. Oficina 303. Tel. 986 22 79 33. Fax: 986 43 81 99. / BRUSELAS: Tel. (322) 2311932.

NEW YORK: Tel. 646 494 63 63. Móvil 917 012 21 95. / LONDRES: Tel. 00 44 20 77827331.

DIFUSIÓN CONTROLADA POR



Unidad Editorial

PRESIDENTE ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO

VICEPRESIDENTES ALEJANDRO DE VICENTE y GIAMPAOLO ZAMBELETTI

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICIDAD: Jesús Zaballa

DIRECTOR GENERAL DE EXPANSIÓN: Carlos Beldarrain

PUBLICIDAD: DIRECTOR DEL ÁREA DE PUBLICIDAD DE EXPANSIÓN: Carlos Linares-Rivas / DIRECTORA DE PUBLICIDAD: María José Gordon. Tel. 91 443 55 74. / COORDINACIÓN: Esteban Garrido. Tel. 91 443 52 58. Fax: 91 443 55 47. / MADRID: Avenida de San Luis, 25-27.1ª planta. 28033 Madrid. Tel. 91 443 65 22. / BARCELONA: Jefe de Publicidad: Daniel Choucha. Paseo del Gracia, 11. Escalera A, 5ª planta. 08080 Barcelona. Tel. 93 496 24 57. Fax: 93 496 24 20. / BILBAO: Susana Herrero Sevillano. Plaza Euzkadi, 5, planta 10, sector 1. 48009 Bilbao. Tel. 94 473 91 00. Fax: 94 473 91 58. / VALENCIA: José Vicente Sánchez Beito. Pasaje Dr. Serra, 1, 2ª pta. 46004 Valencia. Tel. 96 351 77 76. Fax: 96 351 81 01. / ANDALUCÍA: Rafael Azconot-Acosta. Avda. República Argentina, 25, 9ª B. 41011 Sevilla. Tel. 95 499 14 40. Fax: 95 427 25 01. / CORUÑA: Adriana González Sención. C/ Torneo, 13-3º. 15003 Coruña. Tel. 981 21 80 20. Fax: 981 22 84 56. / VIGO: Manuel Carrera. C/ López de Vieira, 3, p. 3. c. 303. 36202 Vigo. Tel. 986 22 91 28. Fax: 986 43 81 99. / ZARAGOZA: Álvaro Cardena. Avda. Pablo Gargallo, 100. 50006 Zaragoza. Tel. 975 42 50 53.

COMERCIAL: SUSCRIPCIONES: Avenida de San Luis, 25-27.1ª planta. 28033 Madrid. Tel. 902 99 61 00. Fax: 901 022 220. TELÉFONO PARA EJEMPLARES ATRASADOS: 902 99 99 46. / DISTRIBUYE Logintegral 2000, S.A.U. Tel. 91 443 55 77. RESUMENES DE PRENSA. Empresas autorizadas por EXPANSIÓN (artículo 32.1, Ley 23/2006): Acceso, TNS Sofres, My News y Factiva. IMPRIME: RECOPIRINT IMPRESIÓN, S.L. Tel. 91 692 73 20. Fax: 91 692 13 74.

Depósito Legal M-15572-1986 ISSN 1576-3323

Edita: Unidad Editorial, Información Económica S.L.U.