



Expansión

© Unidad Editorial, Información Económica SLU, Madrid 2010. Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser -ni en todo ni en parte- reproducida, distribuida, comunicada públicamente ni utilizada o registrada a través de ningún tipo de soporte o mecanismo, ni modificada o almacenada sin la previa autorización escrita de la sociedad editora. Conforme a lo dispuesto en el artículo 32 de la Ley de Propiedad Intelectual, "queda expresamente prohibida la reproducción de los contenidos de esta publicación con fines comerciales a través de recopilaciones de artículos periodísticos".



Eduardo Martínez Abascal

Basilea III: 'Core capital' y 'Tier 1'

La recomendación más importante de Basilea-III es elevar el llamado *core capital* de un mínimo del 2% vigente a un 4,5%. Además, se añade un *buffer* o colchón de reservas del 2,5%. Total, el banco tiene que tener un *core capital* del 7% del total de los activos ponderados por riesgo, y tiene de plazo para cumplir hasta 2019. Cada año hasta entonces tendrá que ir incrementando progresivamente su capital. Aclaremos ahora los términos.

Core capital o capital básico es el capital de toda la vida; es decir, capital aportado por los socios, más las reservas o beneficios anteriores retenidos, más primas por ampliaciones de capital. ¿Por qué se le llama *core capital* en lugar de capital a secas? Pues porque en los últimos años se ha dado el nombre de capital al llamado *Tier 1* o capital de primer nivel, que incluye el *core capital* (el capital de toda la vida) más las acciones o participaciones preferentes (*preferred shares*).

Las acciones preferentes (se llaman participaciones en el caso de las cajas) son un híbrido entre acciones y bonos: obligan al emisor a pagar un dividendo fijo, siempre que haya beneficios (en esto, son como un bono); pero no hay obligación de pagarlo si no hay beneficios y, a veces, tampoco hay que devolver el principal, aunque son transferibles (en esto, son como una acción). A efectos de regulación bancaria, computan como capital. Los bancos han emitido bastantes acciones preferentes, ya que permiten captar dinero más fácilmente que con las acciones ordinarias (ampliaciones de capital), te cuenta como capital, y con ello cumples con el regulador bancario y, sobre todo, la bolsa no te penaliza, pues no has aumentado el número de acciones y, por tanto, la rentabilidad del inversor no se verá penalizada.

A la postre se trata de un atajo para conseguir financiación, aumentar la rentabilidad del accionista y cumplir con el regulador. Es decir, para aumentar la rentabilidad y parecer que no has aumentado el riesgo. Este invento es de origen estadounidense, donde se usa mucho y desde hace muchos años. En España, los bancos lo empezaron a usar hace sólo unos 10 años, pero en esta década han sido asiduos emisores (especialmente las cajas).

Pero ya lo dice el refrán: "No hay atajo sin trabajo". No digo que las preferentes sean malas, y mucho menos que sean la causa de los problemas. Digo que al pan, pan; y al vino, vino. Si es capital, es capital, y no se autoengañe usted con *Tier 1*, *Tier 2*, *preferred shares* e historias, porque si vienen mal dadas, notará usted la falta de capital.

Profesor del IESE

LA EMPRESA MAD IN SPAIN TRANSFORMA LOS TÍPICOS RECUERDOS PARA MOSTRAR AL TURISTA UNA NUEVA IMAGEN DEL PAÍS. MARISCAL FIRMA LOS PRODUCTOS, MARCADOS POR LA DIVERSIÓN Y LA SOSTENIBILIDAD.

La modernidad llega a los souvenirs de España

A. Medina. Madrid

Si la llegada de las pantallas planas relegó de las alturas de los televisores a las clásicas figuras del toro y la sevillana, ahora los souvenirs *typical spanish* se transforman para ofrecer una imagen de modernidad. A finales de año se lanzará al mercado *Mad in Spain*, una marca de productos de recuerdo creada con el objetivo de potenciar una nueva imagen de España entre los turistas y dar a conocer el diseño español, al tiempo que apoya la sostenibilidad social y ambiental. "Más de sesenta millones de turistas nos visitan cada año y siempre prevalecen los tópicos. Nadie nos identifica con una imagen moderna. Había que sacudir la *caspa* y transmitir nuevos valores a la marca, como creatividad, modernidad, el arte, la pasión, el humor, la diversión y el disfrute de la vida, plasmado a través del diseño", apuntan en la empresa privada *Mad in Spain*.

Firmado por Mariscal

Javier Mariscal firma esta primera colección de 50 referencias divididas en cuatro colecciones (barroca, fiesta, tapas y playas), a las que se suma *Moo*, la interpretación que el diseñador hace del tradicional toro. "Era necesario, pero dándole la vuelta para



La colección abarca bolsas, llaveros y camisetas, que incluyen a 'Moo', el toro diseñado por Mariscal.

Tópicos fuera

IMAGEN MODERNA

Los productos intentan transmitir valores como arte, modernidad, diversión y diseño a la marca España.

PRUEBAS PILOTO

Incluye 50 referencias, entre ellas, una nueva versión del toro, que se testarán en El Corte Inglés y Aldeasa.

que fuera un toro moderno, divertido y menos agresivo; es un toro bebé con cara grande y un ojo guiñado", añaden.

Pero, además, la gama abarca desde tazas a abanicos,

pasando por bolsas, peluches o libretas. Lo más barato, un llavero de goma por unos tres euros; y lo más caro, una camiseta o un peluche, que rondarán los 20 euros. Todos los artículos han sido elaborados con materiales sostenibles, por lo que son respetuosos con el medio ambiente. De hecho, las camisetas son de algodón orgánico, en cuyo cultivo no se han empleado productos químicos ni pesticidas. Además, *Mad in Spain* destinará al menos el 10% de sus beneficios a proyectos sociales y ambientales.

El Corte Inglés y Aldeasa

Su distribución comenzará en noviembre y se pondrán a la venta en diciembre. *Mad in*

Spain ya ha llegado a un acuerdo con Aldeasa y El Corte Inglés, que realizarán pruebas piloto en varias tiendas (14 en el caso de la primera y ocho en el caso de la segunda) para comprobar como funciona el producto, sobre todo pensando en el verano, donde se concentra la mayor venta de este tipo de artículos. De momento, ya han sido testados con potenciales compradores nacionales y extranjeros, entre los que ha despertado un gran interés.

Mad in Spain pretende en el futuro ampliar los canales de distribución y la gama de artículos, para cuyo diseño invitará a otros diseñadores, tanto consagrados como nuevos talentos.

renfe viajes.com
Sea cual sea tu viaje.

HOTELES - VACACIONES - COCHES DE ALQUILER
ENTRADAS - PRECIO MÍNIMO GARANTIZADO

EL TIEMPO ESPAÑA				EUROPA				MUNDO							
MÁXIMA	MÍNIMA														
27	8	Tenerife	Valladolid	Ámsterdam	13	5	Nuboso	Londres	14	9	Nuboso	Buenos Aires	23	14	Nuboso
				Berlín	11	4	Nuboso	Moscú	3	0	Lluvioso	México	23	9	Lluvioso
				Bruselas	13	6	Nuboso	Praga	13	0	Despejado	Miami	28	22	Lluvioso
				Estocolmo	8	1	Despejado	Roma	25	18	Lluvioso	Nueva York	18	8	Despejado
				Ginebra	15	9	Nuboso	Viena	14	2	Despejado	Rabat	21	12	Lluvioso
				Lisboa	24	13	Despejado	Zurich	13	5	Nuboso	Tokio	22	18	Nuboso

peseta CASH

Tus pesetas
TODAVÍA VALEN

Canjear tus pesetas
EN TARJETAS REGALO, EUROS, CHEQUES CARBURANTE
O TICKET RESTAURANT
ES FÁCIL, RÁPIDO y SEGURO

Pesetacash te ofrece una nueva y práctica forma de canjear de manera segura y rentable las pesetas que todavía conservas, por Euros, Tarjetas Regalo de El Corte Inglés o Carrefour, Cheques Carburante o Ticket Restaurant SIN MOVERTE DE CASA. Más información en www.pesetacash.es o en el teléfono 902 118 762.

