

La SEPI, obligada a nombrar presidente tras el procesamiento de Fernández

ANÁLISIS por Iñaki Garay

La Justicia ha abierto una vía de agua difícilmente reparable en el equipo de la ministra de Hacienda y portavoz del Gobierno, María Jesús Montero, al dictar finalmente el procesamiento de Vicente Fernández, presidente de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) hasta octubre de 2019. Fernández tuvo que dimitir del organismo público al ser imputado en la causa penal que se sigue por la adjudicación de la minera Aznalcóllar, cuando él era secretario de Innovación, Industria y Turismo de la Junta de Andalucía. Hasta tal punto Fernández es la mano derecha de Montero que ésta, en una decisión sin precedentes, ha mantenido durante dieciséis meses descabezada la Sepi a la espera de que se archive la causa para restituir a su hombre en el cargo. Un deseo que se ha visto frustrado. Las acusaciones iniciales de tráfico de influencias, malversación y prevaricación que pesaban sobre Vicente Fernández han quedado finalmente en un presunto delito de prevaricación administrativa, que le obliga definitivamente a echarse a un lado. La cuestión que está en el aire es ¿por qué Montero se ha tomado este tiempo muerto tan prolongado? Lo lógico hubiera sido buscar un sustituto en la Sepi hace ya muchos meses. Sobre todo cuando, a raíz de la pandemia, el Gobierno decidió que el organismo público fuera, con un fondo de 10.000 millones de euros, el instrumento de capitalización o algo de mayor calado de un importante número de empresas españolas de primer nivel, que se han encontrado al borde del abismo tras la irrupción de la crisis. Montero se empeñó en guardarle el puesto a Fernández contra viento y marea, poniendo mientras tanto al frente del organismo público a su vicepresidente, Bartolomé Lora, que según fuentes internas de SEPI es un interino sin peso político que se ocupa del día a día, pero que no participa en decisiones estratégicas. Tras lo ocurrido nadie duda de que Vicente Fernández, que fue interventor general de la Junta de Andalucía y, por tanto, el fiscalizador de la propia Montero cuando ésta estaba al frente de la Hacienda andaluza, era el engranaje clave del proyecto político de la ministra. La entonces consejera había constituido un círculo de confianza con su interventor, hasta el punto de que se consideraba que el destino político de ambos estaba desde entonces ligado si el trámite judicial no lo hubiera impedido, como finalmente ha sido. El organismo público tiene ya encima de la mesa una lista de una veintena de empresas en las que podría tomar una participación en las próximas semanas. Ha empezado po-



María Jesús Montero, ministra de Hacienda.



Vicente Fernández, expresidente de la SEPI.

La SEPI lleva 16 meses sin presidente en un momento en el que debe tomar decisiones estratégicas de gran calado

niendo 475 millones en Air Europa, pero otras compañías como Celsa, Duro Felguera, Pullmantur o incluso firmas de mayor tamaño como Iberia, OHL o la propia Telefónica han sonado en la órbita de esa actuación pública. Y la lista sigue creciendo. Lo que para una parte del Gobierno sería una recapitalización de carácter temporal, para otra es una ocasión propicia para plantear una renacionalización parcial de algunas empresas españolas. Parcial porque no se trataría de participaciones de control, y encubierta porque, con el argumento de acudir al rescate entrando en el capital con pequeñas participaciones y aprovechando las bajas cotizaciones, el Gobierno podría exigir la presencia en los consejos de administración de esas empresas. O lo que es lo mismo; con poca inversión mandar mucho.

Tres claves de una larga espera

- Vicente Fernández era el interventor de la Junta de Andalucía cuando María Jesús Montero era consejera de Hacienda.
- La SEPI es el cauce elegido por el Gobierno para llevar a cabo una renacionalización parcial de empresas en crisis.
- El expresidente de la Sepi estaba llamado a ser uno de los pilares básicos en el futuro político de Montero en Andalucía.

Copreci crece en la pandemia con el 'boom' del electrodoméstico

AUMENTA INGRESOS HASTA 200 MILLONES/ La falta de movilidad lleva a buscar más comodidad en casa y renovar aparatos.

Marián Fuentes. Bilbao
El grupo Copreci, fabricante de componentes de electrodomésticos, se ha movido a contracorriente durante la pandemia. Aunque el confinamiento frenó la producción y obligó a la empresa a aplicar el calendario laboral móvil, la vuelta a la actividad productiva y las restricciones a la movilidad han disparado sus ventas; y los operarios recuperan las horas no trabajadas.

La cooperativa, integrada en la Corporación Mondragón, cerró 2020 con un aumento del 4% de la facturación, que alcanzó 200 millones de euros, duplicando el crecimiento previsto gracias al tirón de los últimos meses.

En el último trimestre, las ventas de Copreci se dispararon un 10% y compensaron la atonía del arranque del año y la caída en los meses de confinamiento. Este dinamismo continuará al menos durante la primera mitad de 2021, vaticina Óscar Roiz, vicepresidente de la firma en América. Luego, dependerá de la evolución de la pandemia, del levantamiento de las restricciones y de los hábitos de consumo, explica el directivo.

Acostumbrada a operar en un mercado maduro y con unos clientes muy atentos a los costes dado su poco mar-



Óscar Roiz es vicepresidente de América de Copreci.

La cooperativa prevé aumentar ventas un 50% en 4 años y buscar alianzas con socios locales

gen de beneficio, Copreci ha vivido un 2020 de vértigo, que ha ido de mínimos a máximos en la producción. La pandemia ha cambiado los hábitos en el hogar, y ha impulsado la demanda del sector de electrodomésticos. “Nos quedamos más en casa y queremos estar cómodos; además, tenemos más ahorros porque no

salimos y lavamos más por seguridad frente al virus, lo que nos lleva a renovar nuestros electrodomésticos”, comenta.

Ejemplo en China

¿Qué pasará cuando se recupere la movilidad? “Vamos a tener que estar muy atentos y ajustarnos a la demanda, que se normalizará; en esto China nos está sirviendo de aprendizaje”, dice Roiz. “En todo caso, el mercado de electrodomésticos responde muy a corto plazo, y nadie hace planes a largo plazo”.

Copreci fue la primera cooperativa de Mondragón en internacionalizarse, con su implantación en México en 1989. En la actualidad, tiene factorías en España (en Guipúzcoa y en Navarra), Italia, República Checa, EEUU, Turquía, China y México, y cuenta con 1.850 trabajadores. Sus grandes clientes son BSH, Whirlpool y Electrolux.

Como el resto de empresas de la corporación, Copreci ha puesto en marcha este año su nuevo plan estratégico hasta 2024. En este tiempo, espera crecer un 50% y pasar de los 200 a los 300 millones de euros de ventas. “Vamos a seguir creciendo, y para ello combinaremos alianzas con socios locales y más valor añadido en los productos”, asegura Roiz.

Naturgy y Enagás impulsan un proyecto europeo de hidrógeno

Expansión. Madrid
Naturgy y Enagás, junto a la también española Dhamma Energy, participan en el proyecto HyDeal Ambition para impulsar una cadena de valor integrada para distribuir hidrógeno verde a precio competitivo. La iniciativa tendrá su base en España.

El proyecto, de carácter pionero, se centra en la producción de hidrógeno verde generado por electrólisis solar en la Península Ibérica y tiene previsto su arranque en 2022. Junto a las tres empre-

sas españolas, participan otras grandes corporaciones europeas de diversos países, como Falck Renewables, Vinci, Hydrogène de France, Gazel, McPhy o Snam, entre otras.

El objetivo del proyecto pasa por alcanzar una capacidad de 95 gigavatios (GW) de

Se alían con otras compañías europeas para producirlo y distribuirlo a coste competitivo

solar y de 67 GW de electrólisis para 2030. De esta manera, prevé la producción de 3,6 millones de toneladas anuales de hidrógeno verde para los usuarios de energía, industria y movilidad, a través de la red de transporte y almacenamiento de gas, una cantidad equivalente a aproximadamente dos meses de consumo de petróleo en España.

Además, la iniciativa se ha marcado como meta ofrecer hidrógeno verde a precio competitivo antes de 2030.