

EL MIÉRCOLES

MENSUAL DE BOLSA

Inversor

Qué ofrecen al inversor los tres candidatos al Ibex **P19**

EEUU permite a Repsol exportar petróleo de Venezuela a Europa **P4**

La banca protege sus préstamos con 56 billones en derivados **P15**

Las eléctricas desisten de una guerra legal al Gobierno **P4/LA LLAVE**



Rafa Nadal hace historia ganando su 14º Roland Garros **P40**

Cepyme: las pymes se descuelgan de la recuperación **P21**

Santander se refuerza para impulsar el negocio verde **P16/LA LLAVE**

Así será el nuevo mapa de España para viajar en autobús **P13**

ANÁLISIS

Por Salvador Arancibia

Menos política monetaria y más expansión fiscal **P17**

8-9 JUNIO
III Foro Internacional Expansión **P6-7**

HOY
Expansión Start Up

¿Hay burbuja en las valoraciones de las compañías?

Devo y Odilo logran importantes rondas de financiación



OPINIÓN

Por Tom Burns

La vieja y la nueva Europa **P43**

MOVIMIENTOS EN EL MERCADO DE LAS RENOVABLES

El gigante chino Three Gorges hace su mayor compra en España

El mercado español de las renovables vuelve a estar en plena efervescencia en lo que a operaciones corporativas se refiere. El gigante chino Three Gorges ha adquirido una cartera de plantas fotovoltaicas a Nexwell Power en la mayor operación que realiza en España, con lo que se consolida como uno de los grandes jugadores del sector. En paralelo, Repsol ultima dar entrada en sus renovables a un socio que podría ser Crédit Agricole. El consejo que Repsol celebrará a finales de este mes será clave para culminar la operación. **P3**



Repsol: Crédit Agricole, favorito para entrar en su filial verde

Imagen de una planta fotovoltaica de Nexwell Power, adquirida por China Three Gorges.

Los peligros del 'pass the parcel' entre los fondos de capital riesgo

P10/LA LLAVE

Más de 100.000 empresas suben los salarios un 5,5%

Construcción e industria encabezan las alzas **P20-21/EDITORIAL**

Iberia, líder en crecimiento en los vuelos con EEUU **P2 y 5**

ENTREVISTAS EN EXPANSIÓN

JESPER BRODIN

Consejero delegado de Ingka Group

“Ikea quiere mantener los precios bajos pese a la subida de la inflación”

Madrid y Barcelona son ciudades estratégicas para el grupo a nivel mundial” **P8**



Mauricio Skrzycki

LUIS QUINTILIANO

Presidente de McDonald's en España

“McDonald's invertirá 250 millones y abrirá 125 restaurantes en España”

Repartiremos la compra de nuestros panecillos entre Arytza y Bimbo” **P11**



JM Cadenas

DIRECTIVOS

Nadal hace historia: 14º Roland Garros y 121 millones en premios

CONQUISTA PARÍS Nike, Kia, Banco Santander y Movistar, las más beneficiadas por la victoria.

Estela S.Mazo. Madrid

Rafa Nadal agranda su leyenda. El tenista se hizo ayer con su decimo-cuarto Roland Garros tras batir al cabeza de serie número ocho, el noruego Casper Ruud, con lo que suma ya su vigesimosegundo Grand Slam, dos más que sus perseguidores Roger Federer y Novak Djokovic. Pese a su grave lesión en el pie y un inicio de partido dubitativo, venció por 6-3, 6-3, 6-0 en 2 horas y 18 minutos de partido.

Al compás de su palmarés, desde que llegó al máximo nivel del tenis en 2001 acumula 130,5 millones de dólares (121 millones de euros) en premios oficiales, de los que 2,2 millones corresponden a la final de ayer en París. Así lo cifran los datos de la ATP, que avalan las cifras que aseguran un lugar privilegiado en la historia para Nadal: con 36 años recién cumplidos, es el tercer tenista del actual ranking de ganancias gracias a sus 92 títulos en modalidad individual y 11 en dobles.

A este importe habría que añadir los acuerdos comerciales del tenista, que gana más fuera que dentro de la pista: los ingresos comerciales le reportan cerca de 26 millones de dólares (24,25 millones de euros) anuales, casi el doble de los 14 millones de su salario, según *Forbes*. La suma es así de 40 millones que le convierten en el vigesimoséptimo atleta mejor pagado del mundo.

Valorado

Estos importes reflejan la fortaleza de las sólidas alianzas con las marcas del manacorí, un imán para el patrocinio al ser un personaje que trasciende el ámbito puramente deportivo. Nadal suele liderar las encuestas de españoles más valorados, como la de la empresa de consultoría de marketing Personality Media, que coloca en segundo lugar a Pau Gasol y en el tercero, a Antonio Banderas.

También es el deportista más popular, según concluye cada año el Barómetro de Patrocinio Deportivo de SPSPG Consulting en su índice de atletas con mejor imagen (conocido como AMPI, siglas de *Athlete Marketable Potentiality Index*): Nadal es líder con 94,8 puntos sobre un máximo de 100, en este caso a mucha distancia de Gasol (44,94) y Fernando Alonso (26,29), que completan el podio.

Esta imagen es crucial para su nómina de *sponsor*, actualmente formada por Santander, Telefónica, Nike, Kia, Babolat, Cantabria Labs, Heliocare, Richard Mille y Amstel Oro 0,0, si bien no todas ellas son



Rafa Nadal levantó ayer su 14º título en París y suma un total de 22 Grand Slam.

Botín y Pallette felicitan al tenista

"No sé qué pasará, pero lo voy a seguir intentando", aseguró ayer Rafa Nadal tras su victoria en París para alejar los temores a una retirada. Lo decía ante la euforia generalizada y el alud de felicitaciones que llegaban también desde el mundo de la empresa. "Rafa, en Roland Garros, el torneo y la pista más importante para tu carrera, has conseguido ser campeón 14 veces y ya son 22 Grand Slams. Y como has dicho, lo seguirás intentando. Enhorabuena", escribía Ana Botín, presidenta de Banco Santander, en su cuenta de Twitter. En 2019, la

entidad fichó a Nadal, que ya estuvo ligado con Banesto, como embajador a largo plazo. También le felicitó públicamente José María Álvarez-Pallete, presidente ejecutivo de Telefónica, en la misma red social: "Mucho talento y mucho esfuerzo, se llama Rafael Nadal". El directivo viajó a París para acompañar al tenista y a su familia en la gran final, en un marco en el que la operadora lleva vinculada a Nadal desde 2014 y en 2020 renovó su alianza hasta al menos 2025. Su proyecto más importante es Rafa Nadal Academy by Movistar en Manacor.

igualmente reconocidas por el público. De todo ese elenco de socios, Nike, Kia, Banco Santander y Movistar son las más beneficiadas por el triunfo en París, pues se trata de las enseñas más vinculadas a Nadal,

según el Barómetro de SPSPG.

Fuera de sus *sponsor* actuales, el estudio incluye en esta elite a Mapfre (que finalizó su alianza con el deportista hace año y medio) y a Adidas, pues normalmente se confunde en la

mente del aficionado al tratarse de una marca técnica.

Entre sus acuerdos con estas empresas, destaca el complejo deportivo Rafael Nadal Academy by Movistar, inaugurado hace seis años en Manacor y convertido en uno de los centros deportivos punteros a nivel mundial. Su objetivo es educar a través del deporte mediante programas deportivos y académicos que incidan positivamente en el desarrollo humano y la formación integral de los jugadores, combinando la enseñanza deportiva de alto rendimiento y la docencia escolar.

El tenista, que impulsa también la Fundación Rafa Nadal, ha consolidado asimismo su faceta empresarial con múltiples negocios. Entre otros proyectos, participa en Mabel Capital, el vehículo inversor de Abel Matutes Prats y Manuel Campos que protagoniza sus apuestas inmobiliarias y que se suma a intereses como los restaurantes Tatel, donde además de Matutes le acompañan Pau Gasol, Cristiano Ronaldo o el cantante Enrique Iglesias.

PISTAS



Crónica de un exilio en fotografías

El Museo Nacional del Romanticismo ha inaugurado la exposición *Germaine Krull. Crónica de un exilio*. La muestra narra el viaje a bordo del carguero *Capitaine-Paul-Lemerle* iniciado en Marsella en marzo de 1941 y documentado por la fotógrafa alemana Germaine Krull, una de las más destacadas de la vanguardia francesa de los años 20 a 40 del siglo pasado. Podrá verse en el Museo hasta el 25 de septiembre.

Un toque atlántico sobre la mesa

Mar de Frades se une a la conocida Chef Cristina Oria para añadir el toque atlántico a las mesas de la temporada con La Caja Atlántica, una caja gourmet que incluye este albariño y una selección exclusiva de productos de la chef como salmón ahumado, mejillones en escabeche, boquerones en vinagre, *crackiss*, y dos bandejas. Esta edición especial se vende en las tiendas de Cristina Oria por 71,50 euros.

Un protocolo para resetear la piel

Nescens, la prestigiosa firma suiza unisex, se ha incorporado a los centros The Beauty Concept de Madrid. In situ o a través de su página web se podrán adquirir estos productos y, además, disfrutar de los tratamientos de la firma, creados con unos protocolos exclusivos para los centros. Como Reset Facial Skin, un protocolo personalizado para resetear la piel y ponerla a punto antes de la exposición solar.