

EMPRESAS

Adquisición de la catalana Llebalust Patología por un mínimo de 2,8 millones

ATRYS HEALTH La compañía médica anunció ayer la compra de la catalana Llebalust Patología, especializada en anatomía patológica. La operación contempla un pago en efectivo más la emisión y entrega de un millón de acciones a un precio de 2,8 euros. También hay previsto un segundo pago de hasta 314.000 euros según la evolución del negocio. Con esta operación, Atrys Health, presidida por Santiago de Torres, refuerza su división de diagnóstico oncológico personalizado. Llebalust Patología tiene una cifra de negocios de 3,8 millones y un resultado operativo bruto (ebitda) de 920.000 euros.

Administrará las clínicas de iDental

DELOITTE El juez José de la Mata nombró ayer a la consultora como administradora de Instituto Odontológico Asociados y Health 2015, red de clínicas vinculadas a iDental. La semana pasada, el juez envió a prisión al exdirectivo Luis Sans por presunto desvío de fondos.

'Profit warning' y bajada en el parque

BOUYGUES La constructora cayó ayer un 11,9% en Bolsa tras revisar a la baja su estimación de resultados para el conjunto del año por problemas en sus negocios energético y ferroviario. El grupo prevé para 2018 un beneficio operativo similar o ligeramente inferior al de 2017.

Potencial venta del negocio de cuidado de la piel, valorado en hasta 8.704 millones

NESTLÉ El grupo suizo trabaja con varios asesores, entre ellos Credit Suisse, en una potencial venta de su división de cuidado de la piel para centrarse en sus productos estratégicos –café, agua y comida para mascotas–, según *Bloomberg*. El negocio dermatológico estaría valorado en entre 8.000 y 10.000 millones de dólares (6.963 y 8.704 millones de euros) y podría atraer el interés de firmas de cuidado personal como Johnson & Johnson y de fondos de capital riesgo como KKR o Apax. El dueño de Nespresso podría traspasar la división en su totalidad o por partes, u optar por una *spin off*.

Jaque al fútbol por el recorte a la publicidad de casas de apuestas

PATROCINIO/ Todos los clubes de Primera, salvo la Real Sociedad, cuentan con una de estas firmas como 'sponsor'.

Estela S.Mazo, Madrid

En julio, cuando Italia prohibió la publicidad de casas de apuestas, el mundo del fútbol tuvo dos grandes reacciones. Primero, se echó las manos a la cabeza por lo que suponía entonces una medida pionera en Europa, que tachó de "temeridad". Después, respiró tranquilo porque parecía algo impensable en España.

Tres meses después, los Presupuestos han dado la sorpresa: el Gobierno y Unidos Podemos han acordado aprobar una regulación de la publicidad del juego de azar y apuestas online de ámbito estatal similar a la de los productos del tabaco para "proteger a la ciudadanía frente a la adicción a las apuestas y los juegos de azar y la ludopatía". O, lo que es lo mismo: para recortar la promoción de las casas de apuestas, una actividad de la que no existen estimaciones oficiales en cuanto a su cifra de negocio, pero que nadie duda de que es una de las más jugosas de la industria. En este contexto, en caso de que se dé forma a la idea en la normativa del juego y se siga la línea de la regulación de los cigarrillos, se podría abocar a la práctica extinción la publicidad de este capítulo.

Por equipos

Los argumentos son similares a los de Italia. Pero sus efectos son aún más cuantiosos que en la Serie A transalpina. Allí, más de la mitad de los equipos

Italia, que estima que su liga perderá 700 millones de ingresos, fue pionera en esta regulación

JUEGO Y FÚTBOL



● Espanyol, Villarreal, Athletic, Betis, Getafe, Huesca, Celta, Rayo, Valladolid y Éibar.



● Levante, Leganés, Deportivo Alavés.



● Real Madrid.



● Barça y Sevilla.



● Atlético y Valencia.



● Girona.

Fuente: Havas Sports&Entertainment

cuentan con estas empresas como *sponsors*. Pero, en España, las apuestas deportivas han adquirido cada vez más importancia en la industria del deporte rey, hasta el punto de que 19 de los 20 equipos de Primera División (LaLiga Santander) –todos, menos la Real Sociedad– cuentan con casas de apuestas como patrocinadores, "lo que deja en evidencia el peso de este sector en el mundo del fútbol y, claro está, en la cultura española", como apunta el último informe sobre los *sponsors* de la competición de Havas Sports&Entertainment.

Aún no se ha cuantificado la pérdida de ingresos por la

nueva norma pactada entre el Gobierno y Podemos, que en Italia se cifró en 700 millones de euros. En España, se conocen algunas estimaciones de pérdidas de ingresos para los clubes, como las del Levante –que luce en su camiseta la publicidad de Betway, también patrocinador del Leganés y el Alavés–, que habla de un millón de euros, o el Valencia, que apunta a 500.000 euros. Su patrocinador es Bwin, al igual que del Atlético de Madrid. La firma llegó a ser patrocinador principal de la camiseta del Real Madrid, ahora ligado a Codere.

Junto a éstos, la firma más presente en España es Bet365, que esta temporada ha arrebatado la corona a Betway para quedar vinculada a 10 clubes: Espanyol, Villarreal, Athletic, Betis, Getafe, Huesca, Celta, Rayo, Valladolid y Éibar. Completan la radiografía del sector Betfair, *sponsor* del Barça y el Sevilla, y MarathonBet, ligado al Girona.

Estos patrocinios se suman al de Sportium, la casa oficial de apuestas de LaLiga. Su relación arrancó en 2014 y, en 2017, renovaron su acuerdo hasta la temporada 2018-19, como la firma de la industria "más comprometida en materia de integridad", según resaltó entonces Javier Tebas, presidente de la patronal.

El fútbol como deporte rey es, así, el más afectado. Pero a él se suman otros como el baloncesto, con RETAbet o Kirlobet como protagonistas, ligados a clubes como el Baskonia. En este caso, el impacto puede ser más grave, pues la dependencia de los ingresos de patrocinadores es mayor que en el fútbol.

Daimler vuelve a rebajar previsiones y marca mínimos

A.Fernández, Madrid

El fabricante automovilístico alemán Daimler rebajó ayer de nuevo la previsión de beneficios anuales –la segunda en cuatro meses– por el aumento de los gastos para actualizar los sistemas de emisiones diésel en Europa y las revisiones de vehículos.

La matriz de Mercedes dijo que el beneficio operativo bajará más del 10% este año y añadió que el resultado bruto de explotación (ebitda) estará "significativamente por debajo" del pasado ejercicio. Asimismo, indicó que los beneficios de Mercedes-Benz, su gran motor, también se situarán "significativamente por debajo" de 2017. Daimler registró un ebitda de 2.490 millones de euros en el tercer trimestre, un 27% menos, con una caída del resultado operativo del 35% en Mercedes, hasta 1.370 millones.

Aunque la compañía y los analistas reseñaron que el *profit warning* anunciado ayer se debe a asuntos regulatorios y pleitos pendientes, sobre todo, los inversores penalizaron a Daimler en Bolsa. La cotización del grupo llegó



Ola Källenius relevará como CEO a Dieter Zetsche.

a caer hasta un 7% durante la sesión de ayer, hasta 48,77 euros, lo que supone un mínimo intradía desde julio de 2013. Posteriormente, los títulos amortiguaron la bajada y cerraron a 51,39 euros, un 1,95% menos. La compañía, que ha cedido un 27% en lo que va de año en Bolsa, vale 54.979 millones de euros.

El pasado junio, Daimler anunció que el beneficio operativo de este año sería "ligeramente inferior al de 2017"

El ebitda cae un 27% en el tercer trimestre y los títulos tocan mínimos en más de cinco años

porque Mercedes-Benz tendría "menos ventas de todocaminos (SUV) y mayores costes de los previstos por el aumento de las tarifas a la importación de vehículos estadounidenses en el mercado chino".

La situación supone un enorme reto para Ola Källenius, que relevará al actual consejero delegado, Dieter Zetsche, en 2019.

Sector

En las últimas semanas, otros fabricantes como Audi y BMW también han rebajado las previsiones de beneficios para el presente ejercicio.

En el caso de Audi, la revisión se produjo después de anunciar el pago de una multa de 800 millones para cerrar un litigio por el *dieseltgate* en Alemania. En BMW pesaron los nuevos aranceles y los costes de homologación de emisiones WLTP.

Michelin baja ventas en China y Europa y cae en Bolsa un 11%

A.F.Madrid

El fabricante francés de neumáticos Michelin señaló ayer que las ventas están cayendo en Europa y China en el segundo semestre del año y la cotización se desplomó un 11,3%, con una capitalización de 15.707 millones de euros. Se trata del mayor descenso en el parque en los últimos ocho años de Michelin, que ha cedido un 27% en Bolsa en lo que va de año.

La compañía gala atribuyó la caída de la demanda en Europa a la nueva normativa de

emisiones, que está reduciendo las ventas de los fabricantes de coches, sus principales clientes. Asimismo, la ralentización de la economía china y las tensiones comerciales y arancelarias con EEUU están reduciendo significativamente las ventas de coches en el mayor mercado del mundo, lo que ha mermado la demanda de neumáticos.

Mayor debilidad

"Dada la significativa caída de los mercados de coches, camionetas y camiones en el

tercer trimestre y la debilidad aún mayor prevista para el cuarto trimestre, el grupo ha revisado su escenario para 2018, especialmente en China", afirmó Michelin en un comunicado.

Además, la compañía, que presentará los resultados del tercer trimestre la próxima semana, dijo que su volumen de ventas bajará en 2018 por "el aumento de precios ya introducido para compensar la fuerte devaluación de las divisas de los mercados emergentes".