

La crisis del cartel en vísperas de su reunión del miércoles ha disparado la volatilidad del mercado

La OPEP llega enfrentada a la cumbre en la que decidirá si sube la producción de petróleo

FERNANDO GUALDONI, Madrid

La crisis en el seno de la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP) se acentúa. A menos de 48 horas de su cumbre en Viena, los 11 miembros de cartel cambian de opinión como una veleta a favor y

en contra de subir la actual producción de crudo, de 24,7 millones de barriles diarios. Las constantes contradicciones de los miembros de la OPEP, que se arrastran desde la última reunión de finales de marzo pasado, han provocado que el precio del crudo pasa-

ra de 31,7 a 28,30 dólares del martes al viernes de la semana pasada. La OPEP tendrá en vilo esta semana a Gobiernos y consumidores de países industrializados, puesto que su decisión tendrá un impacto directo en el precio de los carburantes y en la inflación

La incertidumbre que vivió la pasada semana el mercado internacional del petróleo tenderá a mantenerse durante toda esta semana. Las posiciones con las que los miembros de la OPEP se sentarán a negociar una subida de sus cuotas de producción son hasta tal punto dispares que los expertos del sector ya no saben a qué atenerse. A mediados de la semana pasada la mayoría de ellos coincidía en afirmar que la organización no subiría sus cuotas de producción. Para el viernes, muchos de ellos habían cambiado de opinión y apostaban por un incremento de la extracción en torno a un millón de barriles diarios sobre la actual cuota oficial de 24,7 millones a partir del 1 de julio.

La OPEP produce el 35% del petróleo que se consume en el mundo y es la dueña del 80% de las reservas de *oro negro* del planeta. La decisión que tome la organización esta semana afectará directamente en la evolución de los precios de los carburantes y en el índice de inflación de los países consumidores. La escalada de los costes del crudo ya ha provocado, en el caso de España, que la inflación se disparase hasta el 3,1% en mayo y que los precios de las gasolinas estén en niveles históricos.

Problemas internos

En los mensajes contradictorios que la OPEP ha estado lanzando recientemente se combinan dos factores: la propia crisis interna de la organización y la dinámica del mercado del petróleo y derivados, que no sólo depende de lo que la OPEP haga. También influyen situaciones ajenas a la organización como son la evolución de la moneda con la que se pagan los productos petrolíferos (el dólar), los impuestos que gravan los carburantes, la capacidad de refino de las compañías petroleras para satisfacer en este momento una gran demanda de gasolina y la especulación a la que

La cuota petrolera de la OPEP

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Cuota desde abril
Argelia	760	770	780	800	810	788
Indonesia	1.330	1.330	1.320	1.320	1.300	1.280
Irán	3.440	3.540	3.860	3.640	3.700	3.623
Irak	2.180	2.590	2.160	2.630	3.030	-
Kuwait	1.900	1.950	1.960	2.000	2.100	1.980
Libia	1.370	1.380	1.390	1.400	1.400	1.323
Nigeria	1.920	1.930	1.940	2.030	2.000	2.033
Qatar	640	650	660	670	680	640
Arabia Saudí	7.650	7.680	7.700	8.100	8.150	8.023
Emi. Arabes Unid.	2.060	2.100	2.110	2.180	2.250	2.157
Venezuela	2.830	2.830	2.880	2.930	2.890	2.845
Total	26.080	26.750	26.760	27.700	28.310	24.692
Total (sin Irak)	23.900	24.160	24.600	25.070	25.280	24.692

Evolución del 'brent'



Fuente: MEES, AFI.

EL PAÍS

está sujeto el mercado. La OPEP se aferra a estos últimos factores, que no dejan de ser ciertos, para cubrir su ineficacia como organización cuyo principio es velar por la estabilidad del mercado petrolero mundial.

En la OPEP hay 11 miembros, pero con dos pesos pesados respaldados por su propia capacidad de producción: Arabia Saudí e Irán. Los saudíes fueron los que forzaron el pasado marzo una subida de la producción por parte de 10 miembros (Irak está fuera de los acuerdos de producción porque vende petróleo a cambio de víveres) de 1,45 millones de barriles diarios. Irán se opuso a ese incremento. No obstante, extraoficialmente sí aumentó su producción. En total, el alza fue de 1,7 millones.

En la reunión de marzo, Arabia Saudí apostó claramente por contentar a EE UU, principal cliente y aliado militar del país árabe, que había llegado a amenazar con sanciones comerciales a los países productores del golfo Pérsico. A fin de cuentas, el incremento no fue más que un *blanqueo* de la verdadera producción en esa fecha.

El Gobierno de EE UU, en plena campaña preelectoral, ha vuelto a la carga y exige nuevamente a la OPEP que el miércoles decida una subida de su producción. Los ciudadanos estadounidenses están pagando la gasolina al nivel más alto jamás visto, y la repercusión de ese disgusto en las urnas no agrada al Partido Demócrata, que intentará retener el poder, mientras que sirve

al Partido Republicano para acusar de ineficaz a la Administración actual. La OPEP cree que detrás de la fuerte alza del precio de las gasolinas en EE UU no está la escasez de crudo en el mercado, sino una nueva regulación medioambiental que ha forzado a las petroleras estadounidenses a poner en el mercado un nuevo tipo de gasolina menos contaminante y para cuya producción están bien preparadas.

La Agencia Internacional de la Energía (AIE) incluso respalda las dudas de la OPEP de si hace falta o no más crudo en el mercado. En su informe del 9 de junio pasado, la AIE señala que la oferta de crudo en mayo excedió en tres millones de barriles diarios la demanda. Añade que la producción mundial en mayo fue de 76,9 millones de barriles diarios, 640.000 más que en abril. La AIE explica que, si el crudo está a 30 dólares, es debido fundamentalmente a que las petroleras están aumentando sus existencias y al desequilibrio entre la oferta y demanda del mercado de gasolinas de EE UU.

Si la OPEP tuviese más claras sus ideas, los datos de la AIE pesarían mucho, según los expertos, para que la organización decidiera no subir su producción este miércoles. Pero la OPEP y no sabe a qué responder primero: al interés común, a los suyos propios o a las presiones externas. Así que los expertos barajan la posibilidad de que la OPEP decida contentar a todos y suba en el papel oficial lo que en realidad ya está produciendo por encima de su cuota, casi un millón de barriles según los últimos cálculos. Añaden que si el cartel no aumenta ahora su producción, tendría que hacerlo irremediablemente, y en buena medida, en su próxima reunión del 10 de septiembre con vistas al aumento de la demanda de gasóleo de calefacción ante la llegada del invierno en el hemisferio norte y a la propia dinámica de crecimiento de la economía mundial.

Se prevé que la alianza tripartita sea efectiva a más tardar en el mes de noviembre próximo

Vivendi ultima su unión a Canal + y Seagram para crear un 'gigante' de la comunicación

AGENCIAS, París

El grupo francés Vivendi confirmó ayer que las negociaciones para una fusión a tres bandas con la cadena de televisión francesa Canal + y la empresa canadiense

Seagram han entrado ya en su "fase final". La fusión planeada crearía un gigante de la comunicación, llamado Vivendi Universal, presente en el cine, la televisión, la edición, la música, la telefonía e Internet. Uni-

ría los estudios de cine Universal y la casa discográfica Universal Music, de Seagram, con las actividades de televisión y cine de Canal + y los negocios de telefonía, Internet, prensa y editoriales de Vivendi.

"En caso de acuerdo", Vivendi, presidido por Jean-Marie Messier, planea una rueda de prensa mañana en París en presencia del número uno de Seagram, Edgar Bronfman, indicó el grupo francés en un escueto comunicado. Hasta entonces, precisó, "los tres grupos se negarán a hacer comentarios".

El consejo de administración de Vivendi se reunió anoche y planeaba hacerlo nuevamente esta mañana, cuando también lo hará el de Canal + Francia, filial de cine y televisión del grupo, indicó el grupo francés. El consejo de administración de Seagram, que ya tuvo encuentros el sábado y ayer, volverá a hacerlo hoy por la tarde en Estados Unidos. "Las negociaciones iniciadas por Vivendi con Seagram y Canal +, que podrían desembocar en una unión de las tres empresas, han entrado ya en su fase final", recalcó el grupo francés, sin dar precisiones sobre los términos de la operación.

Competencia en EE UU

La fusión efectiva de los tres grupos en Vivendi Universal, bajo las riendas de Messier, tendrá lugar en octubre o noviembre próximos, según informó ayer el dominical *Journal du Dimanche*. El nuevo conjunto competiría con el gigante estadounidense AOL-Time Warner y otros grandes como CBS-Viacom, News Corp y Bertelsmann.

El sábado, en un comunicado, el Gobierno francés subrayó el interés "estratégico" de la planeada fusión, pero advirtió que debe preservarse la "independencia editorial" de Canal + y respaldarse "su contribución al desarrollo del cine y del audiovisual francés". Según las cifras barajadas por la prensa financiera, el precio de la compra de

El nuevo grupo Vivendi Universal

■ SEAGRAM (Canadá)

Ventas en millones de dólares

Sector	Ventas	Actividad
Música	6.148	Principal compañía discográfica del mundo (27% cuota de mercado)
Cine	3.443	Sus recientes éxitos de Universal Pictures incluyen <i>Erin Brockovich</i>
Parques temáticos	848	Gestiona parques temáticos en Los Ángeles, Orlando y Barcelona
Vinos y bebidas espirituosas	5.072	Entre sus marcas están Chivas Regal y Crown Royal

■ VIVENDI (Francia)

Ventas en millones de dólares (1999)

Medios de comunicación	4.500
Canal+ (TV de pago)	49% (particip.)
BSky (TV por satélite)	24,5% (particip.)
Havas (editorial)	100% (particip.)
Telecomunicaciones	4.100
Cegetel (2ª op. telef. móvil en Francia)	51,5% (particip.)
Otras empresas	22.000
Inmobiliarias y construcción	10.600
TOTAL	41.000

Fuente: Seagram, Vivendi, Canal+.

Seagram por Vivendi (con acciones) rondaría 35.000 millones de euros, una cifra elevada, ya que es una prima del 50% sobre la cotización del grupo canadiense en abril pasado. Esto, y la inquietud de los inversores sobre las consecuencias financieras para Vivendi —que afronta una factura de más de 15.000 millones de euros por una licencia de telefonía móvil UMTS y su participación en el británico Vodafone—, se han combinado para hacer caer un 15% el título Vivendi la semana pasada.

Por el contrario, la cotización de Seagram se disparó al alza casi un 20%. Pero Messier, que ha revolucionado Vivendi desde que en 1996, a los 39 años, accedió a la presidencia del grupo, que en aquel entonces se llamaba todavía CGE (Compagnie Générale des Eaux), considera la apuesta necesaria para su estrategia de hacer de la comunicación la parte central del grupo. De aquí a un

mes, una parte (entre un 30% y 40%) de la rama histórica de Vivendi (agua, energía, saneamiento y transporte) saldrá a Bolsa, y parte de su negocio energético (Dalkia) podría ser vendida a la eléctrica estatal EDF.

El negocio de bebidas y licores de Seagram, tercero del mundo detrás de Diageo y de Allied Domecq, también se pondrá a la venta, lo que debería reactivar la concentración en ese sector. Vivendi Universal, con una capitalización bursátil de más de 100.000 millones de dólares, estará participado en un 59% por los actuales accionistas de Vivendi; un 12%, por los de Canal +, y un 29%, por los de Seagram, precisa.

La familia de Edgar Bronfman Jr, actual presidente de Seagram, quien pasará a vicepresidente del nuevo conjunto, se convertirá en su primer accionista con el 8% del capital. El nuevo grupo fusionado controlará al 100% cuatro filiales: Ca-

nal +, con la televisión de pago (14 millones de abonados en 11 países) y la producción cinematográfica, reforzada con los estudios Universal (y su catálogo de 1.500 títulos), englobaría los parques de atracciones de Seagram en EE UU y Barcelona.

Seagram Universal Music, segundo polo del nuevo conjunto, es ya el número uno mundial, con una decena de marcas prestigiosas como Deutsche Grammophon (clásica), Verve Records (jazz), Motown (ritmo y blues), Mercury, Polydor o Decca, y grandes estrellas.

El grupo francés Havas agruparía los activos de prensa, incluidos *L'Expansion*, *L'Express*, *Le Monde*, *LSA*, la edición (Larousse, Plon y Robert Laffont) y el multimedia (Havas Interactive). El cuarto, Vivendi Net, reuniría las actividades de telefonía, incluida la móvil SFR, y se encargaría de desarrollar el portal Vizzavi, que será lanzado hoy.

■ CANAL + FRANCIA

En millones de dólares (1998)

Ingresos brutos	51.696
Beneficios netos	5.820

TV DE PAGO, CABLE Y SATÉLITE

- Participación en 9 países europeos (en España tiene un 19,7% de Sogecable).
- Participa en 2 operadores de satélite

CANALES TEMÁTICOS

- 16 canales, entre ellos, Eurosport (33%)

NUEVAS TECNOLOGÍAS

- Participa en 5 empresas. En AOL tiene 18,2%.