

ENTREVISTA CON CANI FERNÁNDEZ, PRESIDENTA DE LA CNMC

“Es hora de que las empresas ‘zombis’ desaparezcan”

“Las ayudas estatales no deben ir a empresas sin futuro, sino a aquellas viables a medio y largo plazo”. Así de clara y contundente se expresa Cani Fernández en una entrevista con EXPANSIÓN, la primera que concede desde que fue nombrada presidenta de la CNMC. Fernández considera que es buen momento para que las empresas *zombis* desaparezcan y que las restantes “salgan reforzadas de la crisis provocada por la pandemia con más músculo competitivo”. “Mi principal reto –dice también la presidenta de la CNMC– es convencer al mercado de que la recuperación será mejor con más competencia”. **P3-4**

JM Cadenas



CAIXABANK

■ “El análisis de CaixaBank y Bankia marca la hoja de ruta para los demás”

NATURGY

■ “La opa de IFM a Naturgy se estudiará una vez que tome una decisión el Gobierno”

INTERNET

■ “Hay que analizar si los ‘youtubers’ son en la práctica como un canal de televisión”

ENTREVISTA A LA PRESIDENTA DE LA CNMC

“Es un buen momento para que las empresas ‘zombis’ desaparezcan”

CANI FERNÁNDEZ Presidenta de la CNMC / Las ayudas estatales no deben ir a empresas sin futuro, explica en exclusiva a EXPANSIÓN en su primera entrevista la máxima responsable del regulador de Competencia.

Salvador Arancibia/Miguel Ángel Patiño. Madrid. El próximo día 17 de abril se cumplirán diez meses desde que Cani Fernández Vicién (Cartagena, 1963) fue nombrada presidenta de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

Procedente del área de derecho de Competencia del bufete Cuatrecasas y considerada como una de las mayores expertas en España en derecho comunitario, Fernández ha tomado las riendas de la CNMC en uno de los momentos más complejos de la historia de este organismo: en plena pandemia, con la economía española devastada por el Covid y con decenas de frentes abiertos.

Algunos de estos frentes son de enorme envergadura, como las macrofusiones bancarias en España. Otros no tienen precedentes, como el floreciente negocio de los *influencers* en Internet o las multimillonarias ayudas de Estado para salir del agujero del Covid.

En una entrevista en exclusiva con EXPANSIÓN –la primera que concede desde que es presidenta de la CNMC– Cani Fernández hace un repaso a lo que han sido estos diez meses y los desafíos que tiene la Comisión por delante. Lo hace justo cuando este organismo acaba de abordar el expediente de la fusión de CaixaBank y Bankia, de una enorme complejidad, sensibilidad política y empresarial y de extraordinaria relevancia económica para el país.

‘Un buen trabajo’

“CaixaBank y Bankia han configurado la primera entidad de banca minorista en España”, dice. “Hasta ahora, no había habido una operación de esta magnitud”, señala. Finalmente, la Comisión dio el visto bueno a la fusión por

“Mi principal reto es convencer al mercado de que la recuperación económica será mejor con más competencia”

“Las empresas deben salir reforzadas de la crisis provocada por la pandemia con más músculo competitivo”

“Las ayudas estatales no deben ir a empresas sin futuro, sino a aquellas viables a medio y largo plazo”

unanimidad en la sala de Competencia, asumiendo los compromisos propuestos por CaixaBank. Fueron muchas horas de análisis y de negociaciones intensas y “aunque el tiempo lo dirá”, explica Cani Fernández, entre los técnicos y los consejeros de la CNMC “queda la sensación de que se ha hecho un buen trabajo”.

A pesar de la relevancia de la fusión de las dos entidades y de que ese expediente puede tener ecos para el resto del sector –ver información adjunta– la presidenta de la CNMC ya empieza a mirar a otros desafíos.

‘Más músculo’

Ante la pregunta de qué es lo próximo, Fernández no duda en contestar. “El principal reto que tenemos ante nosotros



Cani Fernández, presidenta de la Comisión de los Mercados y la Competencia, durante la entrevista.

es convencer al mercado de que una recuperación económica es mejor con más competencia y no con menos competencia”, explica.

“Y cuando digo con más competencia, lo digo sobre todo para las empresas, que deben salir reforzadas con mayor músculo competitivo”. Es un buen momento, señala, “para que las empresas zom-

bis desaparezcan del país”. Lo dice “también en términos de las ayudas que se tienen que dar”. Precisamente “no deben ir a estas empresas *zombis*”, sino a “aquellas que tengan viabilidad a medio y largo plazo”.

Sus palabras tienen una enorme carga de profundidad en estos momentos. La CNMC está ahora en mitad

de una tormenta política a raíz del polémico rescate con dinero público de la aerolínea Plus Ultra y otras empresas.

‘Preocupación’

En el Congreso, Cani Fernández explicó que en la CNMC están “extremadamente preocupados” por las posibles “distorciones” en la competencia que pueden causar las

La propia CNMC “debe ser más competitiva”

Uno de los frentes de batalla de Cani Fernández al frente de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) es, por paradójico que parezca, dotar de más competitividad a este organismo en el mercado. La CNMC tiene un régimen administrativo funcional que le impide una gestión de recursos más eficiente, tanto laborales como económicos. “Deberíamos tener más flexibilidad salarial para poder retener talento si queremos competir con los bufetes o las consultoras”, dice Cani Fernández, que reclama un estatuto similar al que tiene el Banco de España. “Hay defectos de fabricación en la creación de la CNMC que se podrían subsanar”. El organismo debería tener más flexibilidad para contratar personal, fijar salarios o dar incentivos a los empleados en su promoción laboral.

ayudas a las empresas, sobre todo las de los multimillonarios fondos europeos de reestructuración (Next Generation UE).

Más allá de un informe anual muy genérico, la Comisión de Competencia no tiene potestad para investigar sanciones públicas, a no ser que se lo pida expresamente el Parlamento, así que la presidenta de la CNMC animó recientemente al Congreso de los Diputados a hacerlo, y ha recibido una solicitud formal por parte del grupo político de Ciudadanos.

‘Interés general’

A la hora de investigar ayudas públicas, la CNMC tendrá que ser objetiva, pero también cuidadosa con el interés general. “No se puede dejar atrás a aquellos más vulnerables, porque tenemos que ser también muy conscientes desde el ámbito regulatorio de que aquellas personas más vulnerables en todos los ámbitos, desde el energético al de las telecomunicaciones, tienen que poder contar con servicios de interés económico general y con servicios universales de primer nivel”, explica Fernández.

“Hay que analizar si los contenidos y publicidad de los ‘youtubers’ son como TV”

Salvador Arancibia/Miguel Ángel Patiño. Madrid.

Telecomunicaciones, energía, concentraciones bancarias, servicios postales, estibadores, liberalización ferroviaria... Y ahora *influencers* de Internet. “Sí, estamos en muchos ámbitos, por no decir todos”, explica Cani Fernández, quien no se cansa de decir que este organismo necesita otro estatuto para gestionar de manera más eficiente sus recursos (ver información ad-

jointa). Sobre todo porque el mercado “está vivo” y “van surgiendo nuevos retos”.

‘La perrita influencer’

Uno de ellos es precisamente el auge de los *youtubers*, que adquieren relevancia con sus apariciones en Internet y las monetizan con ingresos de patrocinadores. La CNMC, recuerda Fernández, tiene competencias en el sector audiovisual. En concreto, “supervisa la adecuación de los contenidos

audiovisuales a la normativa en protección de menores, publicidad y accesibilidad”. Si esa potestad “nos lleva a tener que vigilar qué hacen los *youtubers*, porque en la práctica pueden ser como un canal de TV, pues habrá que analizarlo”. El problema es que a veces no son personas. “¿Hay incluso una perrita que es *influencer*?, ¿quién está detrás?”. En todo caso, “necesitamos que la implementación de la Directiva de Co-

municación Audiovisual, en curso, ordene esa supervisión”. Pero en cuanto lo haga, “no tendremos medios”, asegura la presidenta de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. El organismo cuenta con 500 empleados, menos que los 600 con los que surgió, en 2013, fruto de la fusión de los reguladores de telecomunicaciones (CMT), Energía (CNE) y la Comisión Nacional de Competencia (CNC).