



# recol

**OFERTA PUBLICA DE SUSCRIPCION  
DE ACCIONES DE  
RECOL NETWORKS S.A.**

**[www.recol.es](http://www.recol.es)**

**FOLLETO COMPLETO DE OFERTA  
DE VALORES DE RENTA VARIABLE**

Número de acciones: 4.855.738

El presente Folleto Informativo Completo (Modelo RV) de oferta de valores de renta variable ha sido verificado e inscrito en el registro oficial de la Comisión Nacional del Mercado de Valores el 26 de abril de 2000.

# **CAPITULO 0**

### **ADVERTENCIA DE LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES**

De conformidad con el artículo 20.6 del Real Decreto 291/1992, de 27 de marzo sobre emisiones y ofertas públicas de venta de valores, modificado por el Real Decreto 2590/1998, de 7 de diciembre, la CNMV advierte que:

1º La sociedad emisora de los valores que se ofrecen enmarca su actividad principal en un sector innovador de crecimiento que comporta factores de riesgo muy importantes que, en supuestos extremos, podrían llegar a comprometer su propia viabilidad.

2º La CNMV no ha contrastado la razonabilidad de las hipótesis consideradas en el informe que sobre las perspectivas de negocio y financieras de la sociedad emisora y las consecuencias acerca de la evolución de sus resultados en los ejercicios venideros, ha aportado su consejo de administración, toda vez que se encuentran fundamentadas en hechos futuros e inciertos que impiden ofrecer a los potenciales inversores una mínima garantía sobre la evolución de los resultados de la sociedad.

3º Las acciones que se ofrecen por la sociedad emisora no están admitidas a negociación en ningún mercado y no se ha adoptado acuerdo social alguno al efecto, razón por la que los suscriptores de las acciones no gozarán de liquidez para su disposición ni contarán con un precio de referencia.

4º La CNMV considera que el mencionado factor de riesgo, unido al carácter incierto de las hipótesis tomadas en consideración por el órgano de administración de la sociedad y a la falta de liquidez a que también se ha hecho referencia, requiere que los potenciales suscriptores de la emisión valoren adecuadamente la naturaleza y consecuencias de la inversión que se propone.

## CAPITULO 0

### CIRCUNSTANCIAS RELEVANTES A CONSIDERAR SOBRE LA EMISIÓN U OFERTA DE VALORES

#### **0.1 Resumen de las características de los valores objeto de emisión u oferta amparadas por este folleto completo y del procedimiento previsto para su colocación y adjudicación entre los inversores.**

##### **0.1.1 Identificación de la persona que emite u ofrece los valores objeto de este folleto completo.**

El emisor de los valores objeto de este folleto completo es la sociedad de nacionalidad española RECOL NETWORKS S.A. (en adelante, Recol o la Sociedad), con domicilio social en Madrid, Hermosilla 30, y C.I.F. A82421959.

La Sociedad fue constituida el 13 de septiembre de 1999. A la fecha de registro de este folleto, el accionariado de la Sociedad es el siguiente:

<u>Accionista</u>	<u>Nominal (euros)</u>	<u>Acciones</u>	<u>%</u>
Fundación RCP	5.124.230	5.124.230	50,51%
Alkhaid Technologies	2.520.032	2.520.032	24,84%
Catalana d'Iniciatives	2.500.000	2.500.000	24,64%
<hr/>			
Total	10.144.262	10.144.262	100%

Según se explica con detalle en el Capítulo IV de este Folleto, la Sociedad es la suma de los esfuerzos en el sector de las tecnologías telemáticas de sus accionistas principales, la Fundación Red de Colegios Profesionales (en lo sucesivo, la Fundación) y Alkhaid Technologies S.L. (en lo sucesivo, Alkhaid). La Sociedad surge con el objeto de satisfacer las necesidades profesionales de los colegiados y asociados respecto de los nuevos recursos y aplicaciones que se ofrecen en la red Internet.

La Fundación se creó bajo su forma actual en 1996, con el impulso de los Colegios promotores (Colegio de Ingenieros Aeronáuticos de España, Colegio de Farmacéuticos de Madrid y Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos) como amalgama de colectivos profesionales con el fin de promover la utilización de las nuevas tecnologías telemáticas y de desarrollar la infraestructura, aplicaciones y servicios que permitiesen lo anterior. La Fundación agrupa en la actualidad en su seno a múltiples asociaciones y colegios profesionales, así como Consejos de Colegios Profesionales, a los que ofrece diversos servicios con finalidad cultural, docente y de interés general promoviendo asimismo el estudio y desarrollo de nuevas tecnologías informáticas y de telecomunicaciones que pudieran mejorar los servicios que ofrece a los colegios y asociaciones profesionales a ella adscritos.

Por su parte, si la Fundación puede ser considerada el motor institucional del proyecto y los Colegios y Asociaciones Profesionales los intermediarios para el desarrollo del canal de distribución de las nuevas ideas, Alkhaid ha sido, desde sus orígenes, el motor tecnológico que ha permitido mantener la estabilidad del sistema desde el punto de vista técnico, desarrollando el nodo de acceso a Internet y sus servicios.

El paso de la idea al proyecto real exigió de los responsables de la Fundación y de Alkhaid la puesta en común de sus conocimientos de gestión colegial y de prestación de servicios telemáticos. La idea, tal y como se diseñó y ahora se pone en práctica, es integrar como accionistas de una Plataforma en Internet no sólo a los Colegios y Asociaciones que venían colaborando con la Fundación y recibiendo los servicios de Alkhaid, sino también a los propios usuarios profesionales que venían disfrutando de los servicios antes indicados, así como a todos aquellos pertenecientes a los colegios o asociaciones adscritos.

Así, Recol nace como un integrador de soluciones telemáticas para profesionales que se ofrece como Plataforma específica que soluciona todas las necesidades de un profesional en este entorno y contribuye al diseño de sus necesidades futuras. La especificidad de Recol se basa en desarrollar soluciones telemáticas para comunidades concretas con necesidades más complejas, sofisticadas y profundas que las de un usuario normal, y para las que Internet es algo más, definible como un elemento que les permite mejorar en su desarrollo profesional, crear “comunidad” y estar al tanto de los flujos informativos mundiales básicos en sus profesiones. Recol se configura, pues, como una Plataforma abierta a todos los colectivos profesionales que deseen desarrollar sus planes telemáticos a un coste accesible y con la más alta calidad que el mercado ofrece.

## **0.1.2 Consideraciones específicas sobre la emisión u oferta pública que han de tenerse en cuenta para una mejor comprensión de las características de los valores de la emisión u oferta amparada por este folleto.**

### **0.1.2.1 Destinatarios de la Oferta.**

La Oferta se dirige de forma exclusiva a los colegiados y asociados de los Colegios, Consejos de Colegios y Asociaciones Profesionales integrados en la Fundación Red de Colegios Profesionales, según quedan recogidos en el **Anexo 3**, y que ostenten dicha condición en la fecha de verificación del presente Folleto por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (en lo sucesivo, conjuntamente colegiados y asociados, los Colegiados) y a los Colegios Promotores de la Fundación (Colegio de Ingenieros Aeronáuticos de España, Colegio de Farmacéuticos de Madrid y Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos).

### **0.1.2.2 Acciones objeto de la Oferta.**

Las acciones que son objeto de la oferta pública de suscripción de acciones de la Sociedad (en lo sucesivo, la Oferta) son acciones ordinarias, de una sola clase y serie, de un (1) euro (166,386 pesetas) de valor nominal cada una, totalmente desembolsadas. Todas las acciones gozan de plenos derechos políticos y económicos, sin que existan acciones privilegiadas, y están libres de cargas y gravámenes. Las acciones objeto de la Oferta se encontrarán representadas por medio de anotaciones en cuenta y serán inscritas en los correspondientes registros contables del SCLV y de sus entidades adheridas.

El objeto de la Oferta son 4.855.738 acciones, lo que representa el 32,37% del capital de la Sociedad tras la Oferta y el 29,43% del capital social de la Sociedad tras el aumento derivado del plan de opciones de administradores, directivos y empleados previsto en el apartado 6.2.4. Este porcentaje se reduciría al 27,74% si el Consejo de Administración, en función de las necesidades de financiación de la Sociedad, ejecuta un aumento de capital destinado a la eventual incorporación de socios estratégicos a la Sociedad (véase el riesgo “Dilución del accionariado de la Sociedad” en el apartado 0.2.2.3).

### 0.1.2.3 Precio de las acciones.

El importe máximo del precio de suscripción será de seis (6) euros (998 pesetas) por acción. El precio de suscripción o Precio de la Oferta no podrá ser superior al Precio Máximo. La fijación del Precio Máximo tiene por finalidad facilitar que los inversores puedan conocer el importe que, como máximo, pagarán por cada acción de la Sociedad que les sea adjudicada. El Precio Máximo ha sido fijado por la Sociedad, sin que exista un experto independiente que asuma responsabilidad alguna por la valoración de las acciones de la Sociedad que resulta de este Precio Máximo. La Sociedad ha fijado el Precio Máximo, y fijará el Precio de la Oferta, en base a sus propias estimaciones sobre el valor actual de la Sociedad, sin emplear ningún método de valoración. El Precio de la Oferta será fijado por la Sociedad el 16 de mayo de 2000 por la Sociedad, comunicado a la CNMV ese mismo día y publicado en al menos un diario de difusión nacional dentro de los dos días hábiles siguientes. El Precio será el mismo para todos los tramos de la Oferta.

### 0.1.2.4 Distribución de las acciones.

Tramo	Inversores a los que se dirige	Acciones ofrecidas
Tramo de Colegiados	<p>Colegiados y asociados de los Colegios, Consejos de Colegios y Asociaciones Profesionales integrados en la Fundación Red de Colegios Profesionales, según quedan recogidos en el <b>Anexo 3</b>, y que ostenten dicha condición el 26 de abril de 2000</p> <p>Las solicitudes de suscripción en este Tramo podrán formularse por importe mínimo de ciento cincuenta (150) euros (24.958 pesetas) y un máximo de diez mil (10.000) euros (1.663.860 pesetas).</p>	<p>4.370.165 acciones</p> <p>90% de la Oferta</p>
Tramo de Colegios Promotores	<p>Colegio de Ingenieros Aeronáuticos de España, el Colegio de Farmacéuticos de Madrid y el Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos</p> <p>Las solicitudes de suscripción presentadas en este tramo deberán tener un importe mínimo de cien mil (100.000) euros (16.638.600 pesetas).</p>	<p>485.573 acciones</p> <p>10% de la Oferta</p>

### 0.1.2.4 Transmisibilidad de las acciones.

Las acciones de la Sociedad son libremente transmisibles, con arreglo a lo previsto en la Ley de Sociedades Anónimas, Ley del Mercado de Valores y demás normativa vigente. Se hace constar sin embargo que las acciones de la Sociedad no están admitidas a negociación oficial. En consecuencia, los accionistas no tendrán liquidez para disponer de sus acciones. Véase el riesgo de "Falta de liquidez" en el apartado 0.2.2.3.

### 0.1.2.5 Política de dividendos.

La Sociedad está en pérdidas, y, según se detalla en el Capítulo VII, no espera que el beneficio neto operativo anual sea positivo hasta el ejercicio 2003, por lo que no es previsible

que pueda repartir dividendo alguno. La Sociedad no ha pagado ningún dividendo hasta la fecha. La Sociedad considera que los beneficios futuros, si los hubiera, deben reinvertirse en la Sociedad, para financiar sus operaciones. En consecuencia, no se prevé el pago de dividendo alguno en un futuro previsible.

#### **0.1.2.6 Destino de los fondos.**

Los fondos se destinarán a cubrir las necesidades de financiación de las actividades descritas en el plan de negocio. Véase, sin embargo, el riesgo “Insuficiencia de recursos para desarrollar su plan de negocio” que se detalla en el apartado 0.2.2.1.

### **0.2 Consideraciones en torno a las actividades, situación financiera y circunstancias más relevantes del emisor objeto de descripción en este folleto completo.**

#### **0.2.1 Breve reseña de la actividad del emisor y de aquellos cambios significativos que, en su caso, pudieran haberse producido recientemente.**

Con fecha 14 de febrero de 2000, la Sociedad ha integrado en Internet la Plataforma de servicios que con todo detalle se describe en el capítulo IV. La Sociedad considera que los servicios y herramientas de software de la Plataforma están operativos al 80% en la fecha de verificación del presente Folleto.

#### **0.2.2 Factores, riesgos significativos y circunstancias condicionantes que afectan o que pueden afectar a la generación futura de beneficios.**

Antes de adoptar la decisión de invertir en las acciones objeto de la presente oferta pública, los inversores deberán ponderar, entre otros, los factores de riesgo y circunstancias condicionantes que se señalan a continuación:

##### **0.2.2.1 Riesgos financieros del proyecto Recol.**

###### *Situación patrimonial de la Sociedad*

La Sociedad, a 31 de diciembre de 1999, tenía un patrimonio neto negativo de 66.189.000 pesetas, como consecuencia de las pérdidas incurridas desde la creación de la misma en septiembre de 1999. Con fecha 17 de febrero de 2000, la Sociedad aumentó su capital desde 60.102 euros (10.000.131 pesetas) hasta 10.144.262 euros (1.687.863.177 pesetas) (véase apartado 2.17 del Capítulo II del Folleto), reequilibrando su situación patrimonial. A 31 de marzo de 2000, el patrimonio neto de la Sociedad era de 1.088.717.000 pesetas, lo que supone quedar por debajo del 66% del capital suscrito y, como dispone el artículo 163 de la Ley de Sociedades Anónimas, incurrir en causa de disminución obligatoria de capital si en el plazo de un ejercicio el patrimonio no se recupera, como han resaltado los auditores de la Sociedad en el informe de revisión limitada de los estados financieros que se acompaña como **Anexo 1**. Todo ello pone de manifiesto que la continuidad de la Sociedad dependerá en gran medida del grado de cumplimiento de los planes de negocio previstos, así como del mantenimiento en el apoyo financiero de sus accionistas.

###### *La Oferta no está asegurada*

Si la ampliación de capital cuyas acciones son el objeto de esta Oferta es íntegramente suscrita, a un precio por acción igual al Precio Máximo de la Oferta (6 euros, equivalente a 998 pesetas), la Sociedad reequilibraría su situación patrimonial, alcanzando a 31 de mayo de 2000 un patrimonio

neto estimado de 5.187 millones de pesetas. Sin embargo, la Sociedad no tiene garantía de que el aumento de capital vaya a ser suscrito en su totalidad, dado que la emisión de acciones no está asegurada por entidad financiera alguna. Si la Sociedad no puede cubrir la totalidad de la Oferta, no sólo la estructura patrimonial de la misma no sería, a juicio de la Sociedad, la óptima, sino que existiría un riesgo de que la Sociedad no pueda acudir a otras fuentes de financiación ajenas. Si la Sociedad no es capaz de obtener la financiación necesaria para su plan de negocio, los resultados, situación financiera y perspectivas de la Sociedad se verían sustancial y negativamente afectados, comprometiendo incluso la viabilidad de la Sociedad.

#### *Insuficiencia de recursos para desarrollar su plan de negocio*

Además, los fondos que la Sociedad pueda obtener en la presente Oferta únicamente financiarán las pérdidas de explotación y las inversiones de la Sociedad hasta el mes de enero de 2001. En dicha fecha, si la Sociedad no ha obtenido nueva financiación ajena, salvo la que resulta de la ejecución del aumento de capital previsto para dotar el plan de opciones de administradores, directivos y empleados, su patrimonio neto aproximado sería de 2.784 millones de pesetas, todavía ligeramente superior al capital social, pero la Sociedad necesitará financiación adicional para desarrollar su plan de negocio desde esa fecha, que no podrá generar mediante sus actividades ordinarias, y no puede garantizar que será capaz de obtener dicha financiación. Además, por la volatilidad de los mercados de empresas de Internet, una eventual pérdida de la confianza en las empresas de este sector podría reducir la posibilidad de acudir a fuentes de financiación tanto ajenas como propias, haciendo incluso imposible una eventual apelación al ahorro público. Si la Sociedad no es capaz de obtener la financiación necesaria para desarrollar su plan de negocio, los resultados, situación financiera y perspectivas de la Sociedad se verían sustancial y negativamente afectados, comprometiendo incluso la viabilidad de la Sociedad.

#### *Generación de pérdidas en los próximos ejercicios*

La Sociedad afrontará, en sus primeros años de vida, una estrategia basada en el crecimiento en detrimento de la rentabilidad presente de sus resultados, con el objetivo de absorber un número mayor de usuarios potenciales, fundamentalmente a través de acciones extensivas e intensivas de marketing, promoción y publicidad. Las pérdidas estimadas, y el efecto de las mismas sobre sus recursos propios, se detallan en el apartado 0.2.3.4 y en el Capítulo VII. El negocio de la Sociedad reflejará pérdidas de explotación hasta diciembre de 2002, según las expectativas de la Sociedad. Si la Sociedad no es capaz de obtener beneficios operativos a partir del ejercicio 2003, los resultados, situación financiera y perspectivas de la Sociedad se verían sustancial y negativamente afectados, comprometiendo incluso la viabilidad de la Sociedad.

#### *Sin financiación adicional, los fondos propios serán inferiores al capital social*

Con las pérdidas previstas en el plan de negocio, y si la Sociedad no es capaz de obtener nueva financiación ajena, salvo la que resulta de la ejecución del aumento de capital previsto para dotar el plan de opciones de administradores, directivos y empleados, los fondos propios de la Sociedad se situarán por debajo del capital social en febrero de 2001, y serán inferiores a la mitad del capital social en julio de 2001. Ello pone de manifiesto, una vez más, que la Sociedad necesitará acudir a financiación externa para restaurar su situación patrimonial y requerirá financiación adicional para desarrollar su plan de negocio, que no podrá generar mediante sus actividades ordinarias, y no puede garantizar que será capaz de obtener dicha financiación. Si la Sociedad no es capaz de obtener la financiación necesaria para restaurar su situación patrimonial y desarrollar su plan de negocio, los resultados, situación financiera y



perspectivas de la Sociedad se verían sustancial y negativamente afectados, comprometiendo incluso la viabilidad de la Sociedad.

En todo caso, la Sociedad estaría obligada a adoptar medidas en las siguientes situaciones: (i) si los fondos propios de la Sociedad fueran inferiores a las dos terceras partes del capital social, la Sociedad estaría obligada a reducir la cifra del capital social si hubiera transcurrido un ejercicio sin que los fondos propios se hubieran recuperado, y (ii) en caso de que los fondos propios de la Sociedad estuvieran por debajo de la mitad del capital social, la Sociedad estaría obligada a aumentar o reducir el capital social en cuantía suficiente para equilibrar el capital social y los fondos propios, ya que en caso de no hacerlo estaría en el supuesto de disolución previsto en el artículo 260.1.4º de la Ley de Sociedades Anónimas. En estos supuestos, el Consejo de Administración propondrá a la Junta de Accionistas de la Sociedad la adopción de las medidas necesarias para restablecer el equilibrio patrimonial.

### **0.2.2.2 Riesgos de negocio del proyecto Recol.**

#### *Inexistencia de ingresos*

La Sociedad es prácticamente una compañía de nueva creación, que a fecha de hoy no tiene ingresos. El plan de negocio de la Sociedad se basa en la capacidad de la Sociedad para generar ingresos por publicidad, esponsorización y comercio electrónico, y hasta la fecha la viabilidad de este modelo de negocio no ha quedado demostrada. Si la Sociedad no es capaz de obtener ingresos en línea con las estimaciones de su plan de negocio, los resultados, situación financiera y perspectivas de la Sociedad se verían sustancial y negativamente afectados, comprometiendo incluso la viabilidad de la Sociedad.

#### *Limitada trayectoria de la Sociedad*

La Sociedad tiene una limitada trayectoria, temporal y material, como empresa que ofrece servicios y productos a través de Internet. Su trayectoria como empresa es reducida y sus resultados no disponen del marco temporal suficiente como para hacer una evaluación precisa de su acierto estratégico en el enfoque de negocio que se pretende realizar. De otro modo dicho, el historial operativo es demasiado corto como para permitir una evaluación consistente del negocio. Subsisten, de este modo, las incertidumbres propias que se asocian al lanzamiento de un nuevo negocio y las específicas de su lanzamiento a través del canal de distribución que suponen las tecnologías telemáticas a través de la Red Internet.

#### *Limitada validez como referencia de los resultados anteriores de la Sociedad*

Los estados financieros que han sido presentados acerca de sus primeros meses de actividad no reflejan adecuadamente el conjunto de actividades de la Sociedad, no son indicativos de la marcha futura de la Sociedad y sufrirán un notable cambio a medida que se ejecuten todas las medidas estratégicas previstas. Los resultados que, de tiempo en tiempo, se publiquen, no serán indicativos de la marcha futura de la Sociedad y no constituirán indicaciones veraces de resultados futuros, debido a las posibilidades de variación en estrategias futuras y su consiguiente variación en ingresos esperados.

#### *Necesidad de desarrollar la plataforma [www.recol.es](http://www.recol.es)*

La plataforma de servicios y contenidos específicos para profesionales [www.recol.es](http://www.recol.es) ha sido lanzada, bajo su nueva imagen, el 14 de febrero de 2000, y es demasiado pronto para extraer información acerca de su acogida entre los usuarios objetivo. La Sociedad considera que los

servicios y herramientas de software de la plataforma están operativos al 80% a la fecha de verificación de este Folleto, así como el 40% de los contenidos específicos. La Sociedad deberá desarrollar un esfuerzo continuado para completar y mejorar contenidos y servicios para atraer usuarios y anunciantes. Si la Sociedad no puede completar una oferta de contenidos y servicios atractiva para el profesional, ello afectaría negativamente a los resultados, situación financiera y perspectivas de la Sociedad.

#### *Ausencia de valoración por terceros de la marca “recol”*

La Sociedad basa toda su estrategia de marketing en el desarrollo de la marca “recol”, que ha sido adquirida a la Fundación por un precio total de un millón de euros, IVA incluido. La Sociedad no cuenta con un informe de experto independiente que soporte la valoración de esta marca y el período durante el que la misma contribuirá específicamente a la obtención de ingresos futuros al objeto de determinar el período durante el que la misma debería ser amortizada contablemente. La Sociedad, aunque considera que el importe pagado es razonable y ajustado a las condiciones de mercado, no puede garantizar que sea así. Si la Sociedad no es capaz de desarrollar la marca “recol”, ello afectaría negativamente a los resultados, situación financiera y perspectivas de la Sociedad.

#### **0.2.2.3 Riesgos propios de la operación.**

##### *Falta de liquidez*

Las acciones de la Sociedad no están admitidas a cotización en ningún mercado organizado, y la Sociedad no ha adoptado ningún acuerdo para solicitar la admisión a cotización en ningún mercado. En consecuencia, los accionistas no tendrán liquidez para disponer de sus acciones, ni un precio de referencia de las mismas. Las transmisiones de acciones de la Sociedad deberán negociarse directamente entre los accionistas, con plena libertad sobre sus términos y condiciones, sin que la Sociedad asuma ningún compromiso frente a los accionistas para facilitar estas transacciones y la liquidez de las acciones. La falta de liquidez de las acciones afecta negativamente a su valor de mercado.

La Sociedad, tal y como se ha expuesto en el apartado 0.2.2.1, necesitará financiación adicional para desarrollar su plan de negocio desde enero de 2001. Antes de ese momento, y en función de la evolución de los negocios de la Sociedad, el Consejo de Administración propondrá a la Junta de Accionistas la adopción de las medidas necesarias para financiar el desarrollo de su plan de negocio, incluyendo en su caso una oferta pública de suscripción de acciones con solicitud de admisión a negociación oficial de las acciones de la Sociedad. Serán en definitiva los accionistas de la Sociedad quienes decidan la mejor alternativa para asegurar la obtención de los fondos que la Sociedad precisa para desarrollar su plan de negocio. No obstante, se hace constar que los titulares de las acciones que son el objeto de esta Oferta ostentarán una participación minoritaria en la Sociedad, por lo que su capacidad para influir en la decisión a adoptar será limitada.

La Sociedad no puede garantizar que sus accionistas vayan a aprobar un proceso de oferta pública de suscripción de acciones con solicitud de admisión a negociación oficial de las acciones de la Sociedad, ni que será capaz de completar con éxito dicho proceso, en cuyo caso su plan de negocio, sus resultados, situación financiera y perspectivas se verían sustancial y negativamente afectados, comprometiendo incluso la viabilidad de la Sociedad.

##### *Inexistencia de un informe de experto sobre el precio de las acciones de la Sociedad*

El precio de la Oferta será fijado por el Consejo de Administración de la Sociedad, sin que exista un experto independiente que asuma responsabilidad alguna por la valoración de las acciones de la Sociedad y sin contar con el informe de ningún asesor externo. La Sociedad ha fijado el Precio de la Oferta en base a sus propias estimaciones sobre el valor actual de la Sociedad, sin emplear ningún método de valoración. Aunque esta Oferta es peculiar, por los destinatarios de la misma, es evidente que las técnicas y criterios de valoración de empresas tradicionalmente utilizados tienen una utilidad limitada en su aplicación a empresas de servicios por Internet, en la medida en que los activos físicos y los resultados económicos no son particularmente relevantes, sino las expectativas sobre el proyecto. Si el proyecto de la Sociedad no es bien recibido por el mercado, los resultados, situación financiera y expectativas de la Sociedad se verían negativamente afectados, y ello disminuiría radicalmente la valoración de las acciones de la Sociedad.

#### *Dilución del accionariado de la Sociedad*

La Oferta representa el 32,37% del capital de la Sociedad tras la Oferta y el 29,43% del capital social de la Sociedad tras el aumento derivado del plan de opciones de administradores, directivos y empleados previsto en el apartado 6.2.4 del Capítulo VI. Esta participación en el capital social podría verse reducida si el Consejo de Administración, en función de las necesidades de financiación de la Sociedad, ejecuta un aumento de capital acordado con fecha 17 de febrero de 2000 por la Junta de Accionistas, con renuncia al derecho de suscripción preferente de los accionistas, que prevé la emisión y puesta en circulación de 1.000.000 de acciones, destinadas a la eventual incorporación de socios estratégicos a la Sociedad (véase apartado 2.17.3 del Capítulo II). De ser suscrito íntegramente el aumento derivado del plan de opciones de administradores, directivos y empleados y este aumento de capital, el capital quedaría formado por 17.500.000 acciones, por lo que las acciones objeto de la Oferta quedarían diluidas en un 5,71%, lo que podría afectar negativamente al valor de las acciones objeto de la Oferta si la prima de emisión no refleja adecuadamente las expectativas de la Sociedad. La estructura del accionariado quedaría como sigue (véase Capítulo VI, apartado 6.5):

<b>Accionista</b>	<b>Participación tras la Oferta y plan de opciones</b>	<b>Participación tras la colocación privada</b>
Fundación	6,06%	5,71%
Colegios	24,99%	23,57%
Alkhaid	15,27%	14,40%
Catalana d'Iniciatives	15,15%	14,28%
Colegios Promotores	2,95%	2,78%
Colegiados	26,48%	24,97%
Agente del Plan	9,10%	8,58%
Inversores estratégicos	-	5,71%
Total	100%	100%

#### **0.2.2.4 Otros riesgos asociados al proyecto.**

##### *Posibilidad de que se generen conflictos de interés*

Alkhaid, principal soporte tecnológico de la Sociedad, tendrá tras la Oferta una participación superior al 15% en el capital de la Sociedad. Asimismo, varios miembros del Consejo de Administración de la Sociedad están vinculados a Alkhaid. La Sociedad ha establecido un

Código de Conducta y un Reglamento del Consejo de Administración que establecen una serie de cautelas para evitar la existencia de conflictos de intereses, incluyendo la creación de una comisión especial en el marco del Consejo de Administración que tendrá como objeto informar acerca de cualquier posible conflicto de intereses, y con estas medidas entiende que los intereses de la Sociedad están adecuadamente protegidos frente a cualquier posible conflicto de interés (véase Capítulo VI). Si la Sociedad no es capaz de gestionar adecuadamente estas situaciones, ello afectaría negativamente a los resultados, situación financiera y perspectivas de la Sociedad. En todo caso, la Sociedad manifiesta expresamente que no existen otros conflictos de intereses distintos de los que resultan de sus relaciones con la Fundación y Alkhaid, según quedan detallados en el Capítulo VI. Se deja expresa constancia de que la contratación de la publicidad ha sido, es y será realizada en condiciones de mercado, con empresas del sector de reconocido prestigio, cumpliendo de modo tajante las reglas establecidas para la resolución de conflictos de interés si hubiese el más mínimo indicio de que pudiera existir. La agencia de publicidad (Vitruvio Leo Burnett) y la central de compra de medios (Starcom Worldwide/Media Estrategia) utilizados pertenecen a The Leo Burnett Group, una de los tres mayores empresas de publicidad del mundo. A este respecto, se hace constar que D. Manuel de la Rica Pascual, que ha sido nombrado nuevo consejero externo de la Sociedad, tiene una participación del 16,19% en Starcom Worldwide/Media Estrategia, y es miembro no remunerado del Consejo de Starcom Worldwide. No tiene participación alguna en la agencia de publicidad utilizada (véase Capítulo VI).

#### *Dependencia de la relación con los Colegios y Asociaciones Profesionales*

La Sociedad no puede garantizar el desarrollo futuro de la relación con los Colegios Profesionales, Consejos de Colegios Profesionales y Asociaciones Profesionales, principal canal de promoción y conocimiento de los servicios que ofrece la Sociedad. Si bien la presencia de la Fundación como accionista de referencia de la Sociedad garantiza la existencia de un interlocutor óptimo para el normal desenvolvimiento de las relaciones con este canal, subsisten plenamente las incertidumbres acerca de la capacidad de la Sociedad de penetrar más profundamente en su mercado efectivo y abarcar los planes telemáticos en Internet del resto de formas asociativas de profesionales existentes. Asimismo, podrían producirse cambios de carácter sociopolítico o económico en el mercado objetivo de usuarios potenciales, como la disminución en el papel relevante de los colegios profesionales en un futuro o nuevas formas de agrupación profesional, que los administradores de la Sociedad no puedan identificar con el tiempo suficiente. Todo ello afectaría significativamente a los resultados, situación financiera y perspectivas de la Sociedad.

#### *Limitada relación con Colegios y Asociaciones Profesionales. Competencia con otros planes telemáticos de Colegios y Asociaciones Profesionales*

El mercado objetivo al que inicialmente se dirige la Sociedad es reducido, no es un colectivo universalista, sino específico y concentrado, sometido a un fuerte proceso de transformación en cuanto a las formas de relación con los profesionales que lo componen y a opiniones diversas en cuanto a su permanencia futura. El porcentaje de colegios, consejos de colegios o asociaciones con los que la Sociedad o sus accionistas de referencia mantienen vínculos sólidos es aún muy pequeño. Además, varios significativos colegios y asociaciones vienen desarrollando en Internet con relativo éxito sus propios planes telemáticos, por lo que puede resultar complejo captarles para esta Plataforma. Aunque la Plataforma no exige la presencia de un colegio o asociación para dar de alta a un profesional, sí es cierto que los profesionales, en general, delegan en los colegios las decisiones acerca de qué desarrollo telemático es el más conveniente. Los colegios han establecido lazos relacionales muy profundos con sus colegiados y será índice del éxito de la Sociedad persuadir a los promotores colegiales de las

ventajas de esta Plataforma. A su vez, los colegios no tienen porqué seguir las indicaciones de los Consejos de Colegios acerca de sus soluciones telemáticas, sino que mantienen un alto grado de capacidad de decisión individual, lo que hace más difícil el trabajo de captación de cada uno de ellos. Muchos de estos colegios han llegado a acuerdos para dar acceso gratuito a Internet, cuentas de correo electrónico y otras ventajas a sus colegiados o asociados a través de las soluciones ofrecidas por otros operadores. La Sociedad tendrá que luchar contra estas ventajas de “primer entrante” en muchos de los colegios que engloban su mercado de usuarios-objetivo. Si la Sociedad no consigue desarrollar su relación con colegios y asociaciones profesionales, sus resultados, situación financiera y perspectivas se podrían ver afectados negativamente.

#### *Menor nivel de información y supervisión*

La Sociedad no está admitida a negociación en Bolsa de Valores. En consecuencia, la Sociedad no estará obligada a facilitar la información que la normativa del mercado de valores impone a las empresas cotizadas, incluyendo la información pública periódica, pudiendo limitarse a cumplir con las obligaciones que la Ley de Sociedades Anónimas impone de modo general en materia de derecho de información de los accionistas. Igualmente, la Sociedad no estará sometida a la supervisión de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, por lo que la ausencia de control por un organismo regulador podría influir negativamente sobre el valor de la inversión. Sin perjuicio de ello, la Sociedad asume el compromiso de informar al mercado y a sus accionistas, al menos una vez al año, de manera específica sobre la marcha y evolución del negocio, así como de las perspectivas del mismo, y elaborará unos estados financieros semestrales que se incluirán en la página web de la Sociedad y estarán a disposición del mercado y sus accionistas.

#### *Limitaciones a la adquisición de participaciones significativas en la Sociedad*

La Sociedad cuenta con unos estatutos sociales que limitan la posibilidad de que un tercero pueda hacerse con un porcentaje significativo de su capital (Véase apartado 6.4 del Capítulo VI). La Sociedad ha limitado al 10% el número de votos que puede emitir un accionista, cualquiera que sea el número de acciones de las que resulte titular. Asimismo, cualquier modificación de los estatutos sociales, así como ciertos acuerdos sobre nombramiento y destitución de consejeros, requieren el voto favorable del setenta y cinco por ciento (75%) del capital presente o representado en la Junta. Además, únicamente podrán ser nombrados Consejeros las personas físicas o jurídicas (a) que sean accionistas de la Sociedad a la fecha del nombramiento y hayan tenido dicha condición ininterrumpidamente durante los tres (3) años anteriores a su designación, o (b) que sean designados Consejeros con el voto favorable de al menos el setenta y cinco por ciento (75%) del capital presente o representado en la Junta. Estas limitaciones disminuyen la posibilidad de que un tercero ajeno a la Sociedad se haga con el control de la misma, lo que puede influir negativamente sobre el valor de las acciones de la Sociedad.

#### *Otros riesgos*

Además de los riesgos citados, el Folleto detalla en el apartado de circunstancias condicionantes del Capítulo IV otros riesgos asociados a este proyecto, como la incertidumbre sobre el desarrollo del mercado de soluciones profesionales por Internet, la falta de experiencia de los promotores de la Sociedad en la gestión de un negocio de este nivel tecnológico, las incertidumbres sobre la capacidad de la Sociedad para gestionar su crecimiento, las incertidumbres sobre la capacidad para realizar las alianzas y adquisiciones necesarias, las incertidumbres sobre la capacidad para atraer usuarios y desarrollar sus marcas,

el incremento de la competencia o la dependencia tecnológica, así como los principales riesgos e incertidumbres que, a juicio de la Sociedad, se derivan de los mercados e infraestructura tecnológica de Internet, como son la dependencia del aumento del acceso a Internet, la incertidumbre sobre el mercado de publicidad por Internet y el nivel de ingresos, las incertidumbres sobre la evolución del comercio electrónico, la dependencia de los proveedores de servicios de telecomunicaciones, la indefinición de las tecnologías de acceso a Internet, la volatilidad de los usuarios de Internet o la incertidumbre legal. Todos ellos pueden afectar negativamente a los resultados, situación financiera y perspectivas de la Sociedad, por lo que la Sociedad recomienda una atenta lectura del Folleto, y en especial de dicho apartado, para completar el análisis aquí efectuado.

### **0.2.3 Hipótesis esenciales de la Sociedad.**

En el Capítulo VII se detallan las hipótesis básicas sobre las que la Sociedad ha establecido su plan de negocios y ha proyectado sus expectativas de estados financieros para un período de cinco años. Estas previsiones, estimaciones o perspectivas, que por su propia naturaleza no suponen ninguna garantía de la evolución futura de los resultados de la Sociedad, se detallan brevemente a continuación.

#### **0.2.3.1 Hipótesis sobre las perspectivas generales del negocio a través de Internet.**

##### *Hipótesis sobre la evolución del número de usuarios en Internet en España*

La Sociedad estima que, en los próximos 5 años, el número de usuarios de Internet en España crecerá hasta sobrepasar ligeramente el 25% de la población española o, lo que es lo mismo, superará con creces la cifra de nueve millones de personas en términos de penetración.

##### *Hipótesis sobre el crecimiento del comercio electrónico*

El Informe de la AECE sobre comercio electrónico en España señala que en el año 2002 se efectuarán transacciones por valor de 255.000 millones de pesetas. En el año 2002 la existencia efectiva de un mercado unificado y de una moneda única provocarán un incremento exponencial en el total de las transacciones realizadas de este modo. Se esperan, para el año 2002, alrededor de 2 millones de compradores a través de Internet en España.

##### *Hipótesis sobre el crecimiento del volumen de publicidad invertido en Internet*

La publicidad en Internet creció un 603% en España en el año 1999 con un gasto total superior a 27.000 millones de pesetas (según datos de Infoadex, empresa asociada a ACNielsen). El grado de crecimiento previsible lo da el hecho de que la red Internet recogió sólo el 3% de la publicidad destinada a medios no convencionales (un total de 893.000 millones de pesetas), siendo superada por el correo personalizado, buzoneo, envío de folletos o marketing telefónico.

#### **0.2.3.2 Hipótesis de la Sociedad sobre usuarios, ingresos y gastos.**

##### *Hipótesis sobre la evolución del número de usuarios*

La Sociedad espera aumentar su implantación de forma primaria entre los profesionales asociados al proyecto a través de su pertenencia a los Colegios agrupados en la Fundación (mercado potencial primario de 800.000 personas), sin olvidar lo que puede ser definido como el mercado potencial extendido (compuesto por profesionales de colegios y asociaciones que

puedan en el futuro formar parte del proyecto o por nuevos profesionales bajo otras formas de agrupación), que la Sociedad estima en aproximadamente 1.500.000 personas. La base de partida del plan de negocios es de 125.000 usuarios activos a finales del mes de marzo de 2000, lo que supone un 15,62% del mercado primario. Se estima crecer a una tasa mensual de 8.000-10.000 usuarios en función del potencial de incremento de los usuarios de Internet en España proyectado por la consultora IDC hasta estabilizarse en 821.500 usuarios en el año 2003, manteniéndose estable en el 2004.

#### *Hipótesis sobre los ingresos generados por la plataforma por publicidad*

La Sociedad espera que los ingresos publicitarios de la Sociedad provengan de publicidad por banners tradicionales, banners enfocados en determinados segmentos de usuarios, y patrocinio o sponsorización. La Sociedad estima que en diciembre de 2004 un usuario de la Plataforma estará conectado a la plataforma alrededor de 7,25 minutos al día, contando sólo los días laborables. Estas cifras deben cotejarse con las reflejadas de la Tercera Encuesta AMIC a usuarios de Internet entre octubre y diciembre de 1999. En dicha encuesta vemos cómo sólo el 6,2% de las sesiones de Internet al día duran menos de quince minutos, un 15,3% duran entre quince minutos y media hora y un 58% duran entre media hora y dos horas; además, el promedio de conexión por semana se sitúa en el 65% de los casos entre 1 y 10 horas. La Sociedad estima poder empezar a facturar publicidad por banners a partir del próximo mes de mayo y ha establecido previsiones prudentes acerca de la venta de su inventario total, con estimaciones que nunca superan la venta del 25%.

En cuanto a la esponsorización o patrocinio, los ingresos se estiman superiores para la Sociedad, al tratarse de una fórmula publicitaria extraordinariamente enfocada y segmentada, por lo que se dan pocos riesgos de acceder a un público no interesado (la diferencia en términos de precio es de un 50% superior en este caso, de acuerdo con las estimaciones de la Sociedad). Se proyecta vender espacio publicitario a sponsors en todas las áreas de comunidades verticales. El porcentaje de inventario que se estima vender bajo esta fórmula de ingresos de publicidad oscila entre el 25% y el 49% del inventario total cada mes hasta enero de 2001 en que disminuye y se estabiliza en el 30% debido al importante crecimiento esperado en la oferta de espacios publicitarios. Se prevé comenzar a facturar en el mes de junio del 2000.

#### *Hipótesis sobre los ingresos generados por la plataforma por comercio electrónico*

Los ingresos por comercio electrónico se refieren a las comisiones por ventas de comercio electrónico (normalmente un 10%, según estimaciones de la Sociedad sobre la experiencia en otros mercados). La Sociedad, por un criterio de prudencia ante la falta de desarrollos en el sector, no ha dado una relevancia excesiva a los ingresos por comercio electrónico.

#### *Evolución comparativa esperada de cada una de las fuentes de ingresos de la Sociedad*

Sobre estas hipótesis, la Sociedad ha estimado una evolución de los ingresos de la Sociedad derivados de sus actividades ordinarias en el período 2000-2004. Estas previsiones, estimaciones o perspectivas, que por su propia naturaleza no suponen ninguna garantía de la evolución futura de los resultados de la Sociedad, son las siguientes:

en millones de pesetas	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
Publicidad (banners)	73	369	986	1518	1590
Esponsorización	353	1019	2716	4137	4327
Comercio electrónico	24	75	286	587	963

Variación anual	-	+225%	+172%	+57%	+10%
-----------------	---	-------	-------	------	------

#### *Hipótesis sobre los gastos de la Sociedad*

La Sociedad ha elaborado unas hipótesis sobre sus gastos, que se detallan en el Capítulo VII. Sobre estas hipótesis, la Sociedad ha estimado una evolución de los gastos de la Sociedad derivados de sus actividades ordinarias en el período 2000-2004. Estas previsiones, estimaciones o perspectivas, que por su propia naturaleza no suponen ninguna garantía de la evolución futura de los resultados de la Sociedad, son las siguientes:

	2000	2001	2002	2003	2004
Personal	472	683	739	803	876
Marketing	2421	2611	2845	3042	3193
Alquileres	21	44	44	44	44
Tecnología	376	788	1377	1832	1937
Profesional	424	33	33	42	42
Otros	474	251	97	103	110
Amortizaciones	102	121	124	126	128
Variación anual	-	+6%	+16%	+14%	+6%

en millones de pesetas

Cabe destacar que la Sociedad, al elaborar sus hipótesis sobre la evolución del gasto, ha considerado que no existe carga financiera derivada de financiación externa alguna, ya que considera que podrá financiarse íntegramente mediante recursos propios.

#### **0.2.3.3 Política de inversiones.**

La Sociedad prevé unas inversiones aproximadas totales de 9.409 millones de pesetas durante el período proyectado, que se detallan en el Capítulo VII. Las cifras que se muestran a continuación, en millones de pesetas, responden a los objetivos estratégicos que la Sociedad tiene marcados y que representan su mejor estimación, en función de la situación actual de desarrollo del plan de negocio de la Sociedad, en cuanto al destino a dar a parte de los fondos obtenidos de las previstas operaciones de financiación, pero no representan necesariamente el destino al que definitivamente el Consejo de Administración decida dedicar dicha financiación.

	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Inversiones Financieras</b>	2.500	3.500	1.500	700	700
<b>Inversiones no financieras</b>	461	12	12	12	12
<b>Total</b>	<b>2.961</b>	<b>3.512</b>	<b>1.512</b>	<b>712</b>	<b>712</b>

Estas inversiones serán destinadas a financiar el desarrollo de redes propias de acceso (redes satelitales) u ofrecimiento de condiciones de acceso competitivas y evolutivas, mejora de los sistemas de soporte, desarrollo de puntos de presencia (PoPs), mejoras de sistemas de gestión, oferta de soluciones globales de comunicaciones con alto valor añadido y servicios de mensajería unificada, movilidad personal y teletrabajo para profesionales, programas regulares de envío de kits gratuitos de conexión, desarrollo del negocio de Plataforma e inversiones adicionales para la adquisición de participaciones en sociedades o creación de joint ventures de desarrollo tecnológico o I+D.

#### **0.2.3.4 Previsiones de resultados**



Los resultados estimados por la Sociedad, y su efecto sobre los recursos propios si la Sociedad no es capaz de obtener nueva financiación ajena, salvo la que resulta de esta Oferta y de la ejecución del aumento de capital previsto para dotar el plan de opciones de administradores, directivos y empleados, son los siguientes:

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
Resultados	-3.789	-3.033	-1.289	+214	+521
Fondos propios	+2.919	-114	-1.404	-1.189	-667

en millones de pesetas

Estas previsiones no suponen ninguna garantía de la evolución futura de los resultados de la Sociedad. Aunque suponen la mejor estimación de la Sociedad sobre dichas variables, se basan en hechos futuros e inciertos cuyo cumplimiento es imposible determinar en el momento actual. La Sociedad no se hace responsable de las posibles desviaciones que pudieran producirse en los diferentes factores ajenos al control del Consejo de Administración de la Sociedad que influyen en la evolución futura de la Sociedad ni, por tanto, del cumplimiento de las perspectivas indicadas.

Desde esta óptica, las necesidades de financiación de la Sociedad resultantes de las pérdidas proyectadas acumuladas en los estados financieros proyectados ascienden a 8.189 millones de pesetas aproximadamente, cifra máxima estimada de pérdidas de explotación de la Sociedad, incluyendo a estos efectos las incurridas en el ejercicio 1999. El negocio de la Sociedad reflejará pérdidas de explotación hasta diciembre de 2002. La Sociedad espera alcanzar en el mes de diciembre del ejercicio 2003 su punto de equilibrio entre ingresos y gastos en una cifra aproximada de 6.000 millones de pesetas anuales para ambas partidas, finalizando dicho ejercicio con un beneficio de 214 millones de pesetas.

A la financiación de las pérdidas proyectadas debe unirse la financiación del plan de inversiones previsto por la Sociedad (9.409 millones de pesetas). De acuerdo con su plan de negocio, la Sociedad prevé financiar las pérdidas de explotación que se espera acumular y el plan de inversiones previsto en primer lugar con los fondos obtenidos en la presente oferta de suscripción de acciones, y espera de este modo obtener los fondos necesarios para sus necesidades de financiación hasta el mes de enero de 2001. Las necesidades de financiación de la Sociedad a partir de esa fecha requerirán de financiación externa, bien mediante ampliaciones de capital o recurriendo al endeudamiento de la Sociedad.

# **CAPITULO I**

## CAPITULO I

### PERSONAS QUE ASUMEN LA RESPONSABILIDAD DE SU CONTENIDO Y ORGANISMOS SUPERVISORES DEL FOLLETO.

#### 1.1 Personas que asumen la responsabilidad por el contenido del folleto.

D. Ignacio Ozcáriz Arraiza, con DNI 15900355-H, en su calidad de Consejero Delegado de RECOL NETWORKS S.A., según resulta de los acuerdos adoptados por el Consejo de Administración de la Sociedad por unanimidad con fecha 24 de abril de 2000, asume la responsabilidad por el contenido de este Folleto y confirma la veracidad del mismo y que no se omite ningún dato relevante ni induce a error.

#### 1.2 Organismos supervisores del folleto.

El presente Folleto Informativo Completo (Modelo RV) de oferta de valores de renta variable (en adelante, el Folleto) ha sido inscrito en los registros oficiales de la Comisión Nacional del Mercado de Valores con fecha 26 de abril de 2000.

El registro del Folleto por la Comisión Nacional del Mercado de Valores no implica recomendación de la suscripción o compra de los valores a que se refiere el mismo, ni pronunciamiento en sentido alguno sobre la solvencia de la entidad emisora o la rentabilidad de los valores emitidos u ofertados.

La oferta no precisa de autorización o pronunciamiento administrativo previo distinto de la verificación y registro de su folleto en la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

#### 1.3 Verificación y auditoría de las cuentas anuales.

Las cuentas anuales de la Sociedad correspondientes al ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 1999 han sido auditadas por Arthur Andersen y Cía., S.Com., domiciliada en c/ Raimundo Fernández Villaverde 65, Madrid, CIF D79104469, inscrita en el Registro Oficial de Auditores de Cuentas con el número S0692. Se adjunta como **Anexo 1** una copia de las cuentas anuales de la Sociedad, del informe de gestión y del informe de auditoría, correspondientes al ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 1999. Asimismo, se incluye igualmente en el **Anexo 1** unos estados financieros de la Sociedad a 31 de marzo de 2000, que han sido objeto de revisión limitada por parte de Arthur Andersen y Cía., S.Com..

La Sociedad fue constituida el 13 de septiembre de 1999. En consecuencia, las únicas cuentas anuales que han quedado depositadas en los registros de la Comisión Nacional del Mercado de Valores corresponden al ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 1999. La Sociedad no realiza cuentas consolidadas.

El auditor de la Sociedad, Arthur Andersen y Cía., S.Com., ha verificado el contenido del Capítulo V del Folleto.

El informe de auditoría emitido por Arthur Andersen y Cía., S.Com., sobre los estados financieros de la Sociedad a 31 de diciembre de 1999 incluye la siguiente salvedad:

3. *A 31 de diciembre de 1999, la Sociedad no ha generado todavía ingresos de explotación por encontrarse en fase de lanzamiento del servicio, habiendo incurrido en pérdidas que han dado lugar a que el patrimonio neto de la Sociedad sea negativo y, en consecuencia, incurra en la causa de disolución 4ª del artículo 260 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas. En este sentido, la continuidad de la Sociedad dependerá en gran medida del grado de cumplimiento de los planes de negocio previstos, así como del mantenimiento en el apoyo financiero de sus accionistas. Con fecha 17 de febrero de 2000, la Junta General Extraordinaria de Accionistas aprobó una ampliación de capital para compensar pérdidas, restableciéndose de este modo el equilibrio patrimonial (véanse Notas 10 y 15).*

El informe especial de revisión limitada emitido por Arthur Andersen y Cía., S.Com., sobre los estados financieros de la Sociedad a 31 de marzo de 2000 incluye las siguientes aspectos dignos de mención:

5. *Con fecha 15 de febrero de 2000 la Sociedad suscribió un contrato con la Fundación de Red Colegios Profesionales por el que adquiriría la titularidad de la marca "Recol", estableciéndose como precio la cantidad de 143.436 miles de pesetas, que han sido registradas bajo el epígrafe "Inmovilizaciones Inmateriales" del activo del balance de situación al 31 de marzo adjunto (véanse Notas 3-b y 4) y que la Sociedad ha comenzado a amortizar considerando una vida útil de 10 años. A la fecha de emisión de este informe no hemos dispuesto de un informe de experto independiente que soporte la valoración de la citada marca y el período durante el que la misma contribuirá específicamente a la obtención de ingresos futuros al objeto de determinar el período durante el que la misma debería ser amortizada contablemente. En consecuencia, en estos momentos no podemos determinar la razonabilidad del importe por el que ha sido registrada contablemente la citada marca ni, en consecuencia, la necesidad de dotar, en su caso, una provisión por depreciación de las Inmovilizaciones Inmateriales.*
6. *A 31 de marzo de 2000, la Sociedad no ha generado todavía ingresos de explotación por encontrarse en fase de lanzamiento del servicio, habiendo incurrido en pérdidas que han disminuido el patrimonio neto de la Sociedad por debajo del 66% del capital suscrito y, en consecuencia, incurra en causa de disminución obligatoria de capital, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 163 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas. En este sentido, la continuidad de la Sociedad dependerá en gran medida del grado de cumplimiento de los planes de negocio previstos, así como del mantenimiento en el apoyo financiero de sus accionistas. Con fecha 17 de febrero de 2000, la Junta General Extraordinaria de Accionistas aprobó la realización de tres futuras ampliaciones de capital por un importe conjunto de 1.223.892 miles de pesetas, de las cuales una de ellas por importe de 807.927 miles de pesetas está previsto que tenga lugar en el plazo de un año desde la fecha de celebración de dicha Junta (véase Nota 8). La materialización de dichas ampliaciones de capital permitirán el restablecimiento del equilibrio patrimonial."*

## **CAPITULO II**

## CAPITULO II

### LA OFERTA PUBLICA Y LOS VALORES NEGOCIABLES OBJETO DE LA MISMA

#### 2.1 Acuerdos sociales.

##### 2.1.1 Acuerdos de emisión.

###### *Acuerdos*

Con fecha 12 de noviembre de 1999, la Junta General Extraordinaria y Universal de Accionistas de la Sociedad acordó ampliar el capital social de la Sociedad con Oferta Pública de Suscripción de acciones de la Sociedad, delegando en el Consejo de Administración las facultades necesarias para la ejecución del acuerdo y la determinación de las condiciones del aumento en lo no previsto por la Junta General, de conformidad con lo establecido en el artículo 153.1.a) de la Ley de Sociedades Anónimas. Posteriormente, con fecha 17 de febrero de 2000, la Junta General Extraordinaria y Universal de Accionistas de la Sociedad acordó modificar el acuerdo inicialmente adoptado con fecha 12 de noviembre de 1999, delegando en el Consejo de Administración las facultades necesarias para la ejecución del acuerdo y la determinación de las condiciones del aumento en lo no previsto por la Junta General, de conformidad con lo establecido en el artículo 153.1.a) de la Ley de Sociedades Anónimas. Se adjunta como **Anexo 2** a este Folleto una certificación de los acuerdos adoptados por la Junta de Accionistas en dicha fecha, que incluye entre otras las siguientes condiciones:

*“Se acuerda ampliar el capital social de la Sociedad en cuatro millones ochocientos cincuenta y cinco mil setecientos treinta y ocho (4.855.738) euros, con Oferta Pública de Suscripción de acciones de la Sociedad, de acuerdo con las siguientes condiciones:*

1. *Importe nominal de la emisión.*

*El importe nominal de la emisión es de cuatro millones ochocientos cincuenta y cinco mil setecientos treinta y ocho (4.855.738) euros, con emisión y puesta en circulación de cuatro millones ochocientos cincuenta y cinco mil setecientos treinta y ocho (4.855.738) acciones de un (1) euro nominales cada una de ellas.*

2. *Tipo de emisión.*

*El tipo de emisión será fijado durante el proceso de colocación de las acciones, siguiendo las pautas y criterios utilizados habitualmente en las ofertas públicas de suscripción de valores. La Oferta Pública de Suscripción (en lo sucesivo, la Oferta) podrá tener varios tramos, siendo posible la existencia de un tipo de emisión diferente para cada tramo.*

*Las nuevas acciones se emitirán por su valor nominal de un (1) euro cada una, y con una prima de emisión igual a la diferencia existente entre el precio por acción que se fije en la Oferta para cada tramo y el valor nominal de la acción. El Consejo de Administración de la Sociedad, de acuerdo con la regla citada, fijará la prima de emisión que pudiera corresponder a cada tramo de la Oferta.*

3. *Desembolso de las nuevas acciones.*

*El desembolso de las nuevas acciones, incluyendo la prima de emisión que se fije para cada uno de los tramos de la Oferta, se realizará en el tiempo y la forma que acuerde el Consejo de Administración de la Sociedad.*

4. *Representación de las nuevas acciones.*

*Las nuevas acciones quedarán representadas mediante anotaciones en cuenta, cuya llevanza corresponderá al Servicio de Compensación y Liquidación de Valores S.A., de acuerdo con lo previsto en el Real Decreto 116/1992, de 14 de febrero.*

5. *Derechos de las nuevas acciones.*

*Las nuevas acciones gozarán de los mismos derechos políticos y económicos que las actualmente en circulación a partir de su fecha de suscripción.*

6. *Renuncia al derecho de suscripción preferente.*

*FUNDACIÓN RED DE COLEGIOS PROFESIONALES y ALKHAID TECHNOLOGIES S.L., propietarios de la totalidad del capital social, expresan su renuncia total al ejercicio de los derechos de suscripción preferente que les corresponden respecto de las nuevas acciones que se emitan en ejecución del presente acuerdo, y ofrecen las nuevas acciones para su suscripción por el público en los términos que determine el Consejo de Administración de la Sociedad, facultándole en este mismo acto para adoptar tal decisión.*

7. *Suscripción incompleta.*

*De conformidad con lo dispuesto en el artículo 161 de la Ley de Sociedades Anónimas, se prevé la suscripción incompleta, en cuyo caso el importe de la emisión quedará reducido a la cantidad efectivamente suscrita.*

8. *Modificación de los Estatutos Sociales.*

*El Consejo de Administración, una vez finalizado el período de suscripción de la ampliación de capital y en función de su resultado, modificará el artículo correspondiente de los Estatutos Sociales, adaptándolo a la nueva cifra de capital resultante.*

9. *Oferta Pública de Suscripción.*

*Se acuerda ofrecer al público la suscripción de las acciones de la Sociedad correspondientes al aumento de capital acordado, mediante la formulación de una Oferta Pública de Suscripción por el procedimiento habitualmente utilizado en las ofertas públicas de venta de valores. Los destinatarios de la Oferta serán inicialmente los colegiados y asociados pertenecientes a los Colegios y Asociaciones Profesionales integrados en la Fundación Red de Colegios Profesionales, quedando el Consejo de Administración facultado para ampliar, limitar y precisar los destinatarios de la misma.*

*Los términos y condiciones de la Oferta serán fijados por el Consejo de Administración a través del correspondiente Folleto Informativo y los documentos adicionales que sean necesarios a tal efecto, en virtud de la delegación de facultades que la Junta realiza en*

*esta misma reunión.*

*En la Oferta se podrán diferenciar diversos tramos, tanto para inversores minoristas como para inversores institucionales residentes o no residentes. En el tramo o tramos que se destinen a los inversores institucionales, el Consejo de Administración podrá determinar, en función del precio de la Oferta, el número de acciones que se destinarán a inversores estratégicos.*

10. *Delegación en el Consejo de Administración.*

*Se faculta al Consejo de Administración para fijar, de conformidad con lo establecido en el artículo 153.1.a) de la Ley de Sociedades Anónimas, la fecha en que el acuerdo debe llevarse a efecto, en un plazo inferior a un año, así como para determinar todas las condiciones del aumento en lo no previsto por la Junta General y en particular, a título meramente enunciativo, para realizar las siguientes actuaciones:*

- (a) Formular en nombre de la Sociedad la Oferta Pública de Suscripción de acciones, llevando a cabo todas las actuaciones necesarias o convenientes para la mejor ejecución de la misma.*
- (b) Fijar las condiciones de la emisión y de la Oferta, entre otras, y con carácter meramente enunciativo, el momento y la forma de su realización, el procedimiento y sistema de colocación de las acciones, los tramos de la Oferta que serán destinados a los distintos tipos de inversores y las características exigidas para que los inversores sean incluidos en los diferentes tramos, los requisitos de formulación de las solicitudes, mandatos o propuestas de suscripción de acciones, los criterios de asignación preferente de acciones en el tramo dirigido a inversores minoristas, los sistema de prorrateo y adjudicación de las acciones, la forma de distribución de las acciones entre los tramos, la fijación del precio máximo y mínimo de las acciones ofrecidas, con carácter vinculante o no, la determinación de los tipos de emisión en los diversos tramos, la fijación de los precios de las acciones ofrecidas en cada uno de los tramos de la Oferta, la fijación de la prima de emisión de las acciones de cada uno de los tramos de la Oferta y, en general, el conjunto de reglas por las que haya de regirse.*
- (c) Redactar, suscribir y presentar la oportuna comunicación previa de la emisión ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores y cuantas comunicaciones adicionales fueran necesarias, presentando cuanta información adicional o documentación complementaria requiera ésta.*
- (d) Redactar, suscribir y presentar el Folleto Informativo de la Oferta ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores, en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de valores, y del Real Decreto 291/1992, de 27 de marzo, sobre emisiones y ofertas públicas de venta de valores, asumiendo la responsabilidad del contenido del mismo, así como redactar, suscribir y presentar cuantos suplementos al mismo sean precisos, solicitando su verificación y registro.*
- (e) Realizar cualquier actuación, declaración o gestión ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores, las Sociedades Rectoras de las Bolsas de Valores, la Sociedad de Bolsas, el Servicio de Compensación y Liquidación de Valores, la Dirección General de Política Comercial e Inversiones Exteriores y cualquier otro organismo o entidad o registro público o privado, para obtener la autorización, verificación y posterior ejecución de la Oferta, así como la inscripción de las nuevas acciones en los registros*



*contables oportunos.*

- (f) *Realizar todas las actuaciones que deban llevarse a cabo de conformidad con los términos y condiciones de la Oferta, incluyendo en particular la fijación del precio de las acciones objeto de la misma.*
- (g) *Negociar, pactar, suscribir y, en su caso, modificar, uno o varios contratos de aseguramiento y/o colocación de los tramos de la Oferta, contratos de agencia, protocolos o preacuerdos referidos a los citados contratos de aseguramiento y/o colocación, así como aquellos que sean convenientes para el mejor fin de la Oferta, en las condiciones que estime adecuadas, incluyendo a título enunciativo y no limitativo contratos de préstamo de valores y opción de compra, así como los compromisos de lock-up que se consideren en su caso necesarios.*
- (h) *Revocar o desistir de la Oferta por cualquiera de las causas de revocación o desistimiento que habitualmente se prevén en este tipo de ofertas públicas.*
- (i) *Redactar y publicar cuantos anuncios resulten necesarios o convenientes, así como cualesquiera otros documentos previstos legalmente, tales como un tríptico resumen del Folleto Informativo.*
- (j) *Redactar, suscribir, otorgar y en su caso certificar, cualquier tipo de documento, entre otros, los relativos a la suscripción de las acciones objeto de la Oferta, incluido el Boletín de Suscripción.*
- (k) *Declarar cerrado el aumento de capital, una vez finalizado el plazo de suscripción y realizados los desembolsos de las acciones finalmente suscritas, otorgando cuantos documentos públicos y privados sean convenientes para la ejecución del aumento de capital y de la Oferta.*
- (l) *Modificar los estatutos sociales, adaptándolos en función del número de acciones que finalmente sean suscritas, si la suscripción fuera incompleta.*
- (m) *Y, en general, realizar cuantas actuaciones sean necesarias o meramente convenientes para el buen fin de la emisión y de la Oferta y para la ejecución y formalización del aumento de capital, ante cualesquiera entidades y organismos públicos o privados, incluidas las aclaraciones, complementos o subsanaciones de defectos u omisiones que pudieran impedir u obstaculizar la plena efectividad de los acuerdos precedentes.*

*La presente delegación de facultades en favor del Consejo de Administración se realiza con facultad expresa de sustitución y delegación a su vez de facultades en favor de cualquiera de los miembros del Consejo de Administración de la Sociedad y del Secretario del mismo. Dicha delegación deberá ser expresa y constar por acuerdo del Consejo de Administración.”*

Finalmente, con fecha 24 de abril de 2000 el Consejo de Administración de la Sociedad acordó proceder a la ejecución del acuerdo adoptado por la Junta de Accionistas de ampliar el capital social de la Sociedad en cuatro millones ochocientos cincuenta y cinco mil setecientos treinta y ocho (4.855.738) euros, con emisión y puesta en circulación de cuatro millones ochocientos cincuenta y cinco mil setecientos treinta y ocho (4.855.738) acciones de un (1) euro de valor nominal cada una de ellas. El Consejo de Administración acordó la fecha en la que el aumento de capital debía llevarse a efecto, así como las condiciones del mismo en lo no previsto por la Junta de Accionistas. Una certificación de los acuerdos adoptados en dicha

reunión se incluye en el **Anexo 2** de este Folleto.

*Estructura final del accionariado*

Se detalla en el cuadro siguiente la participación en el capital social de los actuales accionistas de la Sociedad a la fecha de este Folleto y la participación final que resultará en el supuesto de que las acciones que son objeto de la Oferta sean suscritas íntegramente.

**Participación antes de la Oferta**

<b>Accionista</b>	<b>Nominal (euros)</b>	<b>Acciones</b>	<b>%</b>
Fundación	5.124.230	5.124.230	50,51%
Alkhaid	2.520.032	2.520.032	24,84%
Catalana d'Iniciatives	2.500.000	2.500.000	24,64%
<b>Total</b>	<b>10.144.262</b>	<b>10.144.262</b>	<b>100%</b>

**Participación posterior a la Oferta**

<b>Accionista</b>	<b>Nominal (euros)</b>	<b>Acciones</b>	<b>%</b>
Fundación	5.124.230	5.124.230	34,16%
Alkhaid	2.520.032	2.520.032	16,80%
Catalana d'Iniciatives	2.500.000	2.500.000	16,67%
Colegios Promotores	485.573	485.573	3,23%
Colegiados	4.370.165	4.370.165	29,13%
<b>Total</b>	<b>15.000.000</b>	<b>15.000.000</b>	<b>100%</b>

Una vez sean suscritas las acciones procedentes del aumento de capital detallado en el apartado 6.2.4, destinado a dotar el plan de opciones de administradores, directivos y empleados, la participación final en el accionariado de la Sociedad será la siguiente:

**Participación final**

<b>Accionista</b>	<b>Nominal (euros)</b>	<b>Acciones</b>	<b>%</b>
Fundación	5.124.230	5.124.230	31,06%
Alkhaid	2.520.032	2.520.032	15,27%
Catalana d'Iniciatives	2.500.000	2.500.000	15,15%
Colegios Promotores	485.573	485.573	2,94%
Colegiados	4.370.165	4.370.165	26,48%
Agente del Plan	1.500.000	1.500.000	9,09%
<b>Total</b>	<b>16.500.000</b>	<b>16.500.000</b>	<b>100%</b>

Finalmente, si el Consejo de Administración, en función de las necesidades de financiación de la Sociedad, ejecuta un aumento de capital destinado a la eventual incorporación de socios

estratégicos a la Sociedad (véase el riesgo “Dilución del accionariado de la Sociedad” en el apartado 0.2.2.3 y apartado 2.17.3), y tras las transferencias de acciones descritas en el apartado 6.2.5, el accionariado de la Sociedad será la siguiente:

<b>Accionista</b>	<b>Participación tras la Oferta y plan de opciones</b>	<b>Participación tras la colocación privada</b>
Fundación	6,06%	5,71%
Colegios	24,99%	23,57%
Alkhaid	15,27%	14,40%
Catalana d’Iniciatives	15,15%	14,28%
Colegios Promotores	2,95%	2,78%
Colegiados	26,48%	24,97%
Agente del Plan	9,10%	8,58%
Inversores estratégicos	-	5,71%
Total	100%	100%

### **2.1.2 Acuerdos de realización de la oferta pública de venta**

No procede.

### **2.1.3 Información sobre los requisitos y acuerdos para la admisión a negociación oficial.**

Las acciones de la Sociedad no están admitidas a cotización en ningún mercado organizado, y la Sociedad no ha adoptado ningún acuerdo para solicitar la admisión a cotización en ningún mercado. En consecuencia, los accionistas no tendrán liquidez para disponer de sus acciones, ni un precio de referencia de las mismas. Las transmisiones de acciones de la Sociedad deberán negociarse directamente entre los accionistas, con plena libertad sobre sus términos y condiciones, sin que la Sociedad asuma ningún compromiso frente a los accionistas para facilitar estas transacciones y la liquidez de las acciones.

La Sociedad, tal y como se ha expuesto en el apartado 0.2.2.1, necesitará financiación adicional para desarrollar su plan de negocio desde enero de 2001. Antes de ese momento, y en función de la evolución de los negocios de la Sociedad, el Consejo de Administración propondrá a la Junta de Accionistas la adopción de las medidas necesarias para financiar el desarrollo de su plan de negocio, incluyendo en su caso una oferta pública de suscripción de acciones con solicitud de admisión a negociación oficial de las acciones de la Sociedad. Serán en definitiva los accionistas de la Sociedad quienes decidan la mejor alternativa para asegurar la obtención de los fondos que la Sociedad precisa para desarrollar su plan de negocio. No obstante, se hace constar que los titulares de las acciones que son el objeto de esta Oferta ostentarán una participación minoritaria en la Sociedad, por lo que su capacidad para influir en la decisión a adoptar será limitada.

## **2.2 Autorización administrativa.**

La presente Oferta, que no requiere autorización administrativa previa, está sujeta al cumplimiento de los requisitos establecidos en el Real Decreto 291/1992 de 27 de marzo, sobre emisiones y ofertas públicas de venta de valores, por lo que se ha solicitado la verificación previa y se ha obtenido el registro de este Folleto por la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

## **2.3 Evaluación del riesgo inherente a los valores o a su emisor, efectuada por una entidad calificadora.**

No se ha realizado ninguna evaluación del riesgo inherente a los valores ofertados ni a su emisor.

## **2.4 Naturaleza y denominación de los valores.**

Los valores de esta emisión son acciones. No existen variaciones sobre el régimen legal típico previsto en las disposiciones legales aplicables en materia de acciones de sociedades anónimas.

## **2.5 Características de los valores.**

### **2.5.1 Naturaleza y denominación de los valores.**

Se trata de acciones ordinarias, de una sola clase y serie, de un (1) euro (166,386 pesetas) de valor nominal cada una, totalmente desembolsadas. Todas las acciones gozan de plenos derechos políticos y económicos, sin que existan acciones privilegiadas, y están libres de cargas y gravámenes.

### **2.5.2 Forma de representación.**

Las acciones de la Sociedad están representadas por medio de anotaciones en cuenta. El Servicio de Compensación y Liquidación de Valores S.A. (en lo sucesivo, SCL), con domicilio en Madrid, calle Orense 34, es el encargado de su registro contable. Las acciones objeto de la presente Oferta se encontrarán igualmente representadas por medio de anotaciones en cuenta y serán inscritas en los correspondientes registros contables del SCL y de sus entidades adheridas.

### **2.5.3 Importe nominal global de la Oferta.**

El importe nominal de la Oferta asciende a 4.855.738 euros (807.926.823 pesetas), equivalente al nominal de las 4.855.738 nuevas acciones de la Sociedad, de un (1) euro de valor nominal cada una de ellas, que son el objeto de la Oferta.

Las nuevas acciones se emitirán por su valor nominal de un (1) euro cada una, y con una prima de emisión igual a la diferencia existente entre el precio por acción que se fije de acuerdo con lo previsto en este Folleto y el valor nominal de la acción.

### **2.5.4 Número de acciones ofrecidas y proporción sobre el capital. Precio de las acciones.**

#### **(a) Número de acciones ofrecidas.**

El número de acciones ofrecidas es de 4.855.738 acciones, lo que representa el 32,37% del capital de la Sociedad tras la Oferta y el 29,43% del capital social de la Sociedad tras el aumento derivado del plan de opciones de administradores, directivos y empleados previsto en el apartado 6.2.4. Este porcentaje se reduciría al 27,74% si el Consejo de Administración, en función de las necesidades de financiación de la Sociedad, ejecuta un aumento de capital destinado a la eventual incorporación de socios estratégicos a la Sociedad (véase el riesgo “Dilución del accionariado de la Sociedad” en el apartado 0.2.2.3 y apartado 2.17.3).

#### **(b) Precio de las acciones.**

##### *Precio Máximo*

El importe máximo del precio de suscripción por acción (en lo sucesivo, el Precio Máximo) será de seis (6) euros (998 pesetas) por acción.

El precio de suscripción (en lo sucesivo, el Precio de la Oferta) no podrá ser superior al Precio Máximo. La fijación del Precio Máximo tiene por finalidad facilitar que los inversores puedan conocer el importe que, como máximo, pagarán por cada acción de la Sociedad que les sea adjudicada.

El Precio Máximo ha sido fijado por la Sociedad, sin que exista un experto independiente que asuma responsabilidad alguna por la valoración de las acciones de la Sociedad que resulta de este Precio Máximo. La Sociedad ha fijado el Precio Máximo, y fijará el Precio de la Oferta, en base a sus propias estimaciones sobre el valor actual de la Sociedad, sin emplear ningún método de valoración.

#### *Precio de la Oferta*

El Precio de la Oferta será fijado por la Sociedad el 16 de mayo de 2000 por la Sociedad, comunicado a la CNMV ese mismo día y publicado en al menos un diario de difusión nacional dentro de los dos días hábiles siguientes, con el límite del Precio Máximo. El Precio de la Oferta será el mismo en el tramo de Colegiados y en el tramo de Colegios Promotores.

#### *Tipo de emisión del aumento de capital*

Una vez fijado el Precio de la Oferta, la Sociedad determinará el importe de la prima de emisión del aumento de capital del que nacen las nuevas acciones objeto de la Oferta. La prima de emisión por acción será la diferencia entre el Precio de la Oferta y un (1) euro, valor nominal de las acciones de la Sociedad.

#### **2.5.5 Comisiones y gastos de la Oferta.**

El importe a pagar por los adjudicatarios de las acciones será únicamente el Precio de la Oferta (nominal más prima de emisión). No se repercutirán a los inversores gastos ni comisiones de ningún tipo derivados de la colocación de las acciones. Sin perjuicio de ello, en caso de que el pago se realice mediante transferencia bancaria a la Entidad Agente, la entidad de crédito ordenante podrá repercutir a los adjudicatarios de las acciones la correspondiente comisión por transferencia de fondos, dentro de los límites máximos de tarifas publicadas por cada una de ellas.

#### **2.6 Comisiones por inscripción y mantenimiento de saldos.**

No se devengarán gastos a cargo de los adjudicatarios de las acciones por la inscripción de las mismas a su nombre en los registros contables de las entidades adheridas al SCL. No obstante, las entidades adheridas al SCL podrán establecer, de acuerdo con la legislación vigente, las comisiones y gastos repercutibles que libremente determinen, dentro de los límites máximos de las tarifas publicadas y autorizadas, en concepto de administración de valores o mantenimiento de los mismos en los registros contables.

#### **2.7 Ley de circulación de los valores.**

Las acciones de la Sociedad son libremente transmisibles, con arreglo a lo previsto en la Ley de Sociedades Anónimas, Ley del Mercado de Valores y demás normativa vigente.

#### **2.8 Negociación oficial en las bolsas de valores.**

Las acciones objeto de la Oferta, al igual que el resto de las acciones que integran el capital social de la Sociedad, no están admitidas a negociación en ninguna Bolsa de Valores. La Sociedad no ha adoptado acuerdo alguno al efecto por la Junta General de Accionistas o por el Consejo de Administración. Véase, sin perjuicio de ello, lo indicado en el apartado 2.1.3.

## **2.9 Derechos y obligaciones de los tenedores de los valores.**

### **2.9.1 Derecho a participar en las ganancias sociales y en el patrimonio resultante de la liquidación.**

Las acciones ofrecidas tienen derecho a participar en las ganancias sociales y en el patrimonio resultante en caso de liquidación de la sociedad en las mismas condiciones que las restantes acciones en circulación, y al igual que las demás acciones que componen el capital social no tienen derecho a percibir un dividendo mínimo por ser todas ellas ordinarias. Las acciones ofrecidas tienen derechos económicos desde el 1 de enero de 2000, sin perjuicio de que la Sociedad no prevé repartir dividendo alguno con cargo a este ejercicio.

Los rendimientos que produzcan las referidas acciones serán hechos efectivos a través de las entidades depositarias de los valores y del banco que al efecto designe la Sociedad. La acción para reclamar dichos rendimientos prescribe a los cinco años contados a partir del día señalado para su pago. La Sociedad será la beneficiaria de la prescripción.

### **2.9.2 Derecho de suscripción preferente en la emisión de nuevas acciones u obligaciones convertibles.**

Los titulares de las acciones ofrecidas tienen derecho de suscripción preferente en la emisión de nuevas acciones o de obligaciones convertibles en acciones. Igualmente gozan del derecho de asignación gratuita reconocido en la Ley de Sociedades Anónimas para el supuesto de ampliaciones de capital con cargo a reservas.

Se hace constar que los adjudicatarios de las acciones de la Sociedad que constituyen el objeto de la presente Oferta no gozarán del derecho de suscripción preferente en relación con el aumento de capital aprobado por la Junta de Accionistas de la Sociedad celebrada el 17 de febrero de 2000 al que se hace referencia en el apartado 6.2.4, ya que dicho aumento de capital está destinado exclusivamente a la dotación del plan de opciones de administradores, directivos y empleados de la Sociedad, y previa renuncia efectuada por los accionistas de la Sociedad, será suscrito por la entidad o entidades que el Consejo de Administración de la Sociedad designe como agente del plan de opciones.

Igualmente, se hace constar que los adjudicatarios de las acciones de la Sociedad que constituyen el objeto de la presente Oferta no gozarán del derecho de suscripción preferente en relación con el aumento de capital aprobado por la Junta de Accionistas de la Sociedad celebrada el 17 de febrero de 2000 al que se hace referencia en el apartado 2.17.3.(h), ya que dicho aumento de capital está destinado exclusivamente a la eventual entrada en la Sociedad de uno o varios socios estratégicos.

### **2.9.3 Derecho de asistir y votar en las Juntas Generales y de impugnar los acuerdos sociales.**

Las acciones objeto de la Oferta confieren a sus titulares el derecho a asistir y votar en las Juntas Generales de Accionistas y a impugnar los acuerdos sociales en las mismas condiciones que los restantes accionistas, al ser ordinarias todas las acciones que componen el capital de la Sociedad.

Podrán asistir a las Juntas Generales los accionistas que con cinco días de antelación, cuando menos, a aquel en que haya de celebrarse la Junta, tengan las acciones inscritas a su nombre en el correspondiente registro de anotaciones en cuenta de las Entidades adheridas depositarias y que se provean de la tarjeta de asistencia o certificado de legitimación expedido por dichas Entidades adheridas.

No se requiere un número mínimo de acciones para asistir y votar en las Juntas. Cada acción dará derecho a un voto. Sin perjuicio de ello, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 13 de los estatutos sociales, ningún accionista, cualquiera que sea el número de acciones de las que resulte titular, podrá emitir un número de votos superior al 10% de los que, teniendo en cuenta el número de acciones presentes o representadas en la Junta, sean susceptibles de ser emitidos en la misma. La misma limitación será de aplicación al número de votos que puedan emitir, conjuntamente o por separado, dos o más sociedades accionistas pertenecientes a un mismo grupo de sociedades, entendiéndose por tal aquél en que se den las circunstancias previstas en el artículo 4 de la Ley del Mercado de Valores. El límite expresado operará respecto de todos los asuntos que sean objeto de votación en la Junta General, pero no impedirá que las acciones a las que se aplique se computen como capital concurrente con derecho de voto, a efectos de calcular el quórum necesario para la constitución y adopción de acuerdos en las Juntas.

#### **2.9.4 Derecho de información.**

Las acciones ofrecidas tienen el derecho de información previsto en la Ley de Sociedades Anónimas, en los mismos términos que el resto de las acciones que componen el capital de la Sociedad. Gozan asimismo de aquellas especialidades que en materia de derecho de información incluye la Ley de Sociedades Anónimas en relación con la modificación de estatutos, ampliación y reducción del capital social, aprobación de las cuentas anuales, emisión de obligaciones, transformación, fusión, escisión, disolución y liquidación de la Sociedad y a otros actos u operaciones societarias.

#### **2.9.5 Prestaciones accesorias, privilegios, facultades o deberes que conlleva la titularidad de las acciones ofrecidas.**

Las acciones ofrecidas son ordinarias, y no llevan aparejadas prestaciones accesorias, privilegios, facultades o deberes especiales.

#### **2.9.6 Fecha en que los derechos y obligaciones del adquirente comienzan a regir para las acciones ofrecidas.**

Todos los derechos y obligaciones inherentes a la titularidad de los valores objeto de la Oferta podrán ser ejercitados por los adquirentes de las acciones desde la Fecha de Suscripción de las acciones objeto de la Oferta (22 de mayo de 2000).

### **2.10 Distribución de la oferta y procedimiento de colocación.**

#### **2.10.1 Colectivo de potenciales inversores.**

##### **2.10.1.1 Tramos de la Oferta**

La presente Oferta se realiza en su totalidad en España, distribuyéndose en la forma indicada a continuación:

### *Tramo de Colegiados*

Se dirige de forma exclusiva a los colegiados y asociados de los Colegios, Consejos de Colegios y Asociaciones Profesionales integrados en la Fundación Red de Colegios Profesionales, según quedan recogidos en el **Anexo 3**, y que ostenten dicha condición en la fecha de verificación del presente Folleto por la Comisión Nacional del Mercado de Valores. En lo sucesivo, conjuntamente colegiados y asociados, los Colegiados.

El número total de Colegiados a los que se dirige esta Oferta es, aproximadamente, 800.000 personas.

A este tramo se asignan inicialmente 4.370.165 acciones, esto es, el 90% del volumen de la Oferta, número que podrá verse alterado en función de las facultades de redistribución entre tramos a que se refiere el apartado 2.10.1.2 siguiente.

Las solicitudes de suscripción en este Tramo podrán formularse por importe mínimo de ciento cincuenta (150) euros (24.958 pesetas) y un máximo de diez mil (10.000) euros (1.663.860 pesetas).

Todos los destinatarios del Tramo de Colegiados deben contar con el oportuno Número de Identificación Fiscal y estar debidamente colegiados en al menos uno de los Colegios, Consejos de Colegios o Asociaciones indicados en el **Anexo 3**. Estos datos se harán constar en la oportuna Solicitud de Suscripción. En caso de Colegiados que no cuenten con Número de Identificación Fiscal, deberá hacer constar al menos el número de pasaporte y su nacionalidad. El requisito de hacer constar el Número de Identificación Fiscal o el número de pasaporte se impone tanto por razones legales como para facilitar la validación de los soportes magnéticos que contengan las solicitudes de suscripción y el control de las posibles duplicidades. En cualquier caso, la Sociedad hace constar la obligación de los no residentes que obtengan rentas en España de solicitar la asignación de un Número de Identificación Fiscal.

### *Tramo de Colegios Promotores*

Se ha reservado un tramo de la Oferta en exclusiva para los Colegios Promotores de la Fundación: el Colegio de Ingenieros Aeronáuticos de España, el Colegio de Farmacéuticos de Madrid y el Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos.

A este tramo se asignan inicialmente 485.573 acciones, esto es, el 10% del volumen de la Oferta, número que podrá verse alterado en función de las facultades de redistribución entre tramos a que se refiere el apartado 2.10.1.2 siguiente.

Las solicitudes de suscripción presentadas en este tramo deberán tener un importe mínimo de cien mil (100.000) euros (16.638.600 pesetas).

#### **2.10.1.2 Redistribución entre Tramos**

El volumen inicial asignado a cada uno de los Tramos de la Oferta podrá redistribuirse entre los mismos de conformidad con las siguientes reglas:

- (a) En ningún caso podrá verse reducido ninguno de los Tramos de la Oferta si se produce en el mismo un exceso de demanda.



- (b) En el supuesto de que no quedara cubierto el Tramo de Colegiados, las acciones sobrantes podrán reasignarse al Tramo de Colegios Promotores, en caso de exceso de demanda en éste.
- (c) En el supuesto de que no quedara cubierto el Tramo de Colegios Promotores, las acciones sobrantes podrán reasignarse al Tramo de Colegiados, en caso de exceso de demanda en éste.

El volumen final de acciones asignado a cada uno de los Tramos se fijará no más tarde del 16 de mayo de 2000, y será objeto de la información adicional al presente Folleto a que se refiere el apartado 2.10.4 siguiente.

## **2.10.2 Procedimiento de colocación del Tramo de Colegiados**

### **2.10.2.1 Fases**

El procedimiento de colocación del Tramo de Colegiados estará integrado por las siguientes fases, que se describen con más detalle a continuación:

- (a) Fijación del Precio Máximo (24 de abril de 2000).
- (b) Registro del Folleto Informativo en la CNMV (26 de abril de 2000).
- (c) Período de Oferta Pública: formulación y recepción de Solicitudes de Suscripción irrevocables (8 de mayo de 2000 a 12 de mayo de 2000).
- (d) Fijación del Precio de la Oferta (16 de mayo de 2000).
- (e) Práctica, en su caso, de prorrateo (no más tarde del 21 de mayo de 2000)
- (f) Asignación definitiva de acciones al Tramo de Colegiados (no más tarde del 16 de mayo del 2000)
- (g) Adjudicación de las acciones (22 de mayo de 2000)
- (h) Fecha de Suscripción (22 de mayo de 2000)
- (i) Fecha de desembolso de las acciones y otorgamiento de la escritura pública de ejecución y cierre del aumento de capital (22 de mayo de 2000)

Este calendario podría verse modificado en el supuesto de Adelanto del Cierre que se describe en el apartado 2.10.2.6 siguiente.

### **2.10.2.2 Período de Oferta Pública. Formulación de Solicitudes de Suscripción.**

El período de formulación de Solicitudes de Suscripción, durante el cual los Colegiados que cumplan los requisitos del presente Folleto podrán presentar Solicitudes de Suscripción de acciones de la Sociedad comenzará a las 8:00 horas de Madrid del 8 de mayo de 2000 y finalizará a las 14:00 horas de Madrid del 12 de mayo de 2000 (sin perjuicio de la posibilidad de que alguna de las oficinas de la Entidad Agente cierre antes de esa hora el 12 de mayo de 2000). Algunas de las Solicitudes de Suscripción formuladas en ese período podrían quedar completamente desatendidas, como consecuencia del prorrateo previsto en el apartado 2.12.3.

La formulación, recepción y tramitación de las Solicitudes de Suscripción (en lo sucesivo, las Solicitudes) se ajustará a las siguientes reglas:

- a) Las Solicitudes formuladas se considerarán hechas en firme y serán irrevocables, entendiéndose que el Colegiado acepta como precio por acción el Precio de la Oferta que se fije de conformidad con lo dispuesto en el apartado 2.10.2.3.
- b) Las cantidades mínima y máxima por la que podrán formularse Solicitudes serán de ciento cincuenta (150) euros (24.958 pesetas) y diez mil (10.000) euros (1.663.860 pesetas), respectivamente.
- c) Una vez verificado el presente Folleto por la Comisión Nacional del Mercado de Valores, la Sociedad o los Colegios, Consejos de Colegios y Asociaciones Profesionales enviarán una carta personalizada a cada uno de sus miembros, en los términos que resultan del **Anexo 4**, informándoles de los términos y condiciones de la Oferta y de la posibilidad de suscribir acciones dentro del Período de Oferta Pública. **La presentación del original de esta carta (o de un certificado original de colegiación) será imprescindible para que la Entidad Agente acepte la Solicitud que pueda ser formulada por el Colegiado**, ya que servirá como documento acreditativo de la condición de Colegiado a la fecha de registro del presente Folleto. Sin perjuicio de ello, los Colegiados podrán acudir a sus respectivos Colegios, Consejos de Colegios y Asociaciones Profesionales para solicitar la expedición de un nuevo original de la referida carta o un certificado original de colegiación, que tendrá los mismos efectos que la carta originalmente remitida.
- d) En todo caso, la Sociedad no será responsable en modo alguno de que los Colegiados reciban o no esta carta. La Sociedad hará llegar ejemplares suficientes de la carta a todos y cada uno de los Colegios, Consejos de Colegios y Asociaciones Profesionales, y serán éstos los que tendrán la responsabilidad de enviar la carta a sus colegiados y asociados. En cumplimiento de la legislación sobre protección de datos, serán los propios Colegios, Consejos de Colegios y Asociaciones Profesionales los que deben enviar esta carta a los colegiados y asociados que consten en sus registros. La Sociedad excluye expresamente toda responsabilidad derivada de las reclamaciones que los Colegiados puedan formular por no haber podido acudir a la Oferta al no recibir esta carta, que en todo caso puede ser suplida por un certificado original de colegiación expedido por los Colegios, Consejos de Colegios y Asociaciones Profesionales. Se hace constar que la Sociedad ha tenido conocimiento de que una serie de Colegios, por razones diversas de tipo interno, no han adoptado todavía la decisión de enviar esta carta a sus colegiados y asociados. La Sociedad reitera que la Oferta se extiende también a los colegiados y asociados de estos Colegios, pero en todo caso deberán acreditar su pertenencia a los mismos, como el resto de los destinatarios de la Oferta, mediante presentación del original de la carta personalizada que se acompaña como **Anexo 4** o un certificado original de colegiación, que deberán solicitar en sus respectivos Colegios. La Sociedad no será responsable en modo alguno de que un Colegio o Asociación Profesional no considere oportuno hacer llegar a sus miembros los documentos necesarios para acreditar su pertenencia al mismo y poder acudir a la Oferta. Los Colegios que hasta la fecha han expresado sus reservas al envío de la carta son los siguientes: Colegio Oficial de Abogados de Barcelona, Colegio Oficial de Economistas del País Vasco, Colegio Oficial de Farmacéuticos de Murcia, Colegio Oficial de Farmacéuticos de Baleares, Colegio Oficial de Farmacéuticos de Huelva, Colegio Oficial de Farmacéuticos de Albacete, Colegio Notarial de Galicia, Colegio Oficial de Biólogos, delegación de Galicia, Colegio Oficial de Procuradores de los Tribunales de Santiago y Colegio Oficial de Médicos de Barcelona. Alguno de los Colegios se encuentra en proceso electoral y no ha querido introducir

elementos de debate en el mismo, aunque la mayoría de los Colegios citados aducen que el envío de esta carta no entra en la actividad colegial.

- e) Las Solicitudes deberán ser otorgadas por escrito y firmadas por el Colegiado, mediante el impreso especial habilitado al efecto, que constará de tres ejemplares (para el Colegiado, para la Sociedad y para la Entidad Agente). Los impresos estarán a disposición de los Colegiados en la sede social de los Colegios y Asociaciones Profesionales indicados en el **Anexo 3** y en cualquiera de las oficinas de la Entidad Agente. Asimismo, un tríptico informativo en el que figurará, de forma fácilmente comprensible, la información más relevante de este Folleto estará a disposición de los Colegiados en la sede social de los Colegios y Asociaciones Profesionales indicados en el **Anexo 3** y en cualquiera de las oficinas de la Entidad Agente.
- f) Una vez cumplimentadas, las Solicitudes deberán entregarse exclusivamente en cualquiera de las oficinas de Banco Santander o Banco Central Hispano. Con carácter previo a la entrega por el Colegiado de la Solicitud, la Entidad Agente hará entrega al Colegiado de un tríptico informativo. La Solicitud llevará el tríptico como anexo, formando parte inseparable de la Solicitud, y la firma y presentación de la Solicitud supondrá el reconocimiento por parte del Colegiado de que ha revisado, conoce y acepta los términos y condiciones de la Oferta y las características de la Sociedad.
- g) La condición de Colegiado deberá acreditarse mediante la presentación del original de la carta o del certificado original de colegiación mencionados en el apartado c) anterior. Únicamente se diligenciarán aquellas Solicitudes cumplimentadas por los Colegiados a los que se destina la presente Oferta y que recojan expresamente todas las circunstancias mencionadas en este apartado. La Entidad Agente rechazará las Solicitudes que no se ajusten a los requisitos que se establecen en este Folleto.
- h) No se aceptará ninguna petición que no posea todos los datos identificativos del peticionario que vengan exigidos por la legislación vigente para este tipo de operaciones (nombre y apellidos o denominación social, dirección y NIF, o en caso de no residentes en España que no dispongan de NIF, número de pasaporte y nacionalidad).
- i) Las Solicitudes deberán reflejar, escrita de puño y letra por el Colegiado, la cantidad máxima en euros que desea invertir, cantidad que se aplicará a la suscripción de acciones al Precio de la Oferta que se determine al final del Período de Oferta Pública. No obstante, se aceptará que la cantidad figure impresa mecánicamente, siempre que sea confirmada personalmente por el Colegiado mediante una firma autógrafa sobrepuesta en la cifra que figure en la Solicitud formulada.
- j) A efectos del prorrateo, el número de acciones en que se convertirá la Solicitud será el cociente resultante de dividir la cantidad señalada en dicha Solicitud por el Precio Máximo, redondeado por defecto.
- k) Las Solicitudes deberán ser unipersonales, no pudiendo contener más de un Colegiado, y sólo podrá presentarse una única Solicitud por Colegiado; en consecuencia, si un Colegiado presentara más de una Solicitud se anularán todas las Solicitudes presentadas por el Colegiado. Se hace constar expresamente que todo aquel Colegiado que pertenezca a más de un Colegio, Consejo de Colegios o Asociación Profesional únicamente podrá presentar una Solicitud, que podrá realizar en su condición de Colegiado de cualquiera de los Colegios, Consejo de Colegios o Asociaciones Profesionales de las que sea miembro.
- l) Los Colegiados deberán abrir una cuenta de valores y de efectivo en cualquiera de las

oficinas de la Entidad Agente, en caso de no disponer de ella con anterioridad. La Entidad Agente no repercutirá a los Colegiados gasto alguno por la apertura y cancelación de dichas cuentas de valores y efectivo, sin perjuicio de la comisión que pueda ser aplicable en el supuesto de traspaso de valores a otra entidad.

- m) La Entidad Agente podrá solicitar la oportuna provisión de fondos a los Colegiados con ocasión de la apertura de la cuenta de valores, que quedará inmovilizada en la Entidad Agente hasta la fecha de desembolso de las acciones. La Entidad Agente deberá devolver a tales peticionarios la provisión de fondos correspondiente, libre de cualquier gasto o comisión, con fecha valor no más tarde del día hábil siguiente de producirse cualquiera de las siguientes circunstancias: (i) desistimiento de la Sociedad de continuar la realización de la Oferta, en los términos previstos en el apartado 2.11 del presente Folleto Informativo; o (ii) asignación al peticionario de un número de acciones de la Sociedad inferior al solicitado en caso de prorrateo; en este supuesto la devolución de la provisión se realizará respecto de las acciones no adjudicadas por razón del prorrateo, o (iii) exceso de provisión de fondos. Se hace constar expresamente que el exceso de provisión de fondos que pueda existir una vez que el día 16 de mayo de 2000 quede fijado el Precio de la Oferta y realizado, en su caso, el prorrateo, será devuelto con fecha valor no más tarde del día 22 de mayo de 2000. Si por causas imputables a la Entidad Agente se produjera cualquier retraso sobre la fecha límite de devolución indicada, deberá abonar intereses de demora al tipo de interés legal del dinero vigente en España desde la fecha en que hubiera debido hacerse dicha devolución hasta el día de su abono efectivo.
- n) Diariamente, mediante fax enviado antes de las 19:00 horas, la Entidad Agente informará a la Sociedad del número de Solicitudes recibidas ese día y el importe total solicitado. El 12 de mayo de 2000, antes de las 21:00 horas, la Entidad Agente informará a la Sociedad del número total de Solicitudes recibidas y del importe total de las mismas.

### **2.10.2.3 Fijación del Precio de la Oferta**

El Precio de la Oferta será fijado por la Sociedad el 16 de mayo de 2000 por la Sociedad, comunicado a la CNMV ese mismo día y publicado en al menos un diario de difusión nacional dentro de los dos días hábiles siguientes, con el límite del Precio Máximo. El Precio de la Oferta será el mismo en el tramo de Colegiados y en el tramo de Colegios Promotores.

### **2.10.2.4 Práctica, en su caso, de prorrateo**

En el caso de que las Solicitudes recibidas excedan del número de acciones destinadas al tramo de Colegiados de la Oferta, la Entidad Agente realizará, no más tarde del 21 de mayo de 2000, un prorrateo conforme a las reglas fijadas en el apartado 2.12.3 de este Folleto.

Una vez efectuado el prorrateo, se procederá a la adjudicación de las acciones a los peticionarios de las mismas. El resultado de este prorrateo será objeto de información adicional al presente Folleto, en los términos previstos en el apartado 2.10.4.

### **2.10.2.5 Adjudicación y pago de los Colegiados**

El pago por los Colegiados de las acciones finalmente adjudicadas en la presente Oferta se realizará el 22 de mayo de 2000, con fecha valor de este último día, todo ello sin perjuicio de las provisiones de fondos que les hayan sido exigidas.

### **2.10.2.6 Adelanto de Cierre.**

El Período de Oferta Pública podrá darse por concluido por la Sociedad con anterioridad al 12 de mayo de 2000, mediante el mecanismo de Adelanto de Cierre, que consistirá en la no admisión de Solicitudes posteriores a la fecha de efectividad del Adelanto de Cierre.

La Sociedad, previa consulta con la Entidad Agente, podrá declarar el Adelanto de Cierre si la Entidad Agente tiene constancia de que se han presentado más de 100.000 Solicitudes. En el supuesto de Adelanto de Cierre, algunas Solicitudes podrían quedar completamente desatendidas por efecto del sorteo que se describe en el apartado 2.12.3.

La Entidad Agente informará a la Sociedad de la existencia del número de Solicitudes presentadas. En todo caso, el Período de Oferta Pública deberá tener una duración mínima de tres días (esto es, desde el día 8 de mayo hasta el 10 de mayo de 2000). Si cumplido el plazo mínimo de tres días del Período de Oferta Pública se hubieran presentado más de 100.000 Solicitudes, y la Oferta queda totalmente cubierta con el importe de las Solicitudes recibidas, la Sociedad podrá declarar el Adelanto de Cierre con efectos desde las 0:00 horas del día siguiente. Todas las Solicitudes recibidas el último día del Período de Oferta Pública serán admitidas, aún cuando el número total de Solicitudes excediera de 100.000.

La Sociedad informará a la Comisión Nacional del Mercado de Valores del número de Solicitudes presentadas y de la decisión de efectuar el Adelanto de Cierre antes de las 20:00 horas de ese mismo día. Este Adelanto de Cierre será objeto de la información adicional al presente Folleto a que se refiere el apartado 2.10.4 siguiente.

En la fecha de Adelanto de Cierre quedaría concluido el Período de Oferta Pública. Con esa excepción, el calendario de colocación no se verá afectado.

### **2.10.3 Procedimiento de colocación del Tramo de Colegios Promotores**

#### **2.10.3.1 Fases.**

El procedimiento de colocación del Tramo de Colegios Promotores estará integrado por las siguientes fases, que se describen con más detalle a continuación:

- (a) Fijación del Precio Máximo (24 de abril de 2000).
- (b) Registro del Folleto Informativo en la CNMV (26 de abril de 2000).
- (c) Período de formulación y recepción de Solicitudes de Suscripción irrevocables (8 de mayo de 2000 a 10 de mayo de 2000).
- (d) Fijación del Precio de la Oferta (16 de mayo de 2000).
- (e) Práctica, en su caso, de prorrateo (no más tarde del 21 de mayo de 2000)
- (f) Asignación definitiva de acciones al Tramo de Colegios Promotores (no más tarde del 16 de mayo del 2000)
- (g) Adjudicación de las acciones (22 de mayo de 2000)
- (h) Fecha de Suscripción (22 de mayo de 2000)

- (i) Fecha de desembolso de las acciones y otorgamiento de la escritura pública de ejecución y cierre del aumento de capital (22 de mayo de 2000)

### **2.10.3.2 Período de formulación de Solicitudes de Suscripción.**

El período de formulación de Solicitudes de Suscripción, durante el cual los Colegios promotores de la Fundación (Colegio de Ingenieros Aeronáuticos de España, Colegio de Farmacéuticos de Madrid y Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos) podrán presentar Solicitudes de Suscripción de acciones de la Sociedad comenzará a las 8:00 horas de Madrid del 8 de mayo de 2000 y finalizará a las 14:00 horas de Madrid del 10 de mayo de 2000.

La formulación, recepción y tramitación de las Solicitudes de Suscripción (en lo sucesivo, las Solicitudes) se ajustará a las siguientes reglas:

- a) Las Solicitudes formuladas se considerarán hechas en firme y serán irrevocables, entendiéndose que el Colegio Promotor acepta como precio por acción el Precio de la Oferta que se fije de conformidad con lo dispuesto en el apartado 2.10.3.3.
- b) La cantidad mínima por la que podrán formularse Solicitudes será de cien mil (100.000) euros (16.638.600 pesetas).
- c) Las Solicitudes deberán ser otorgadas por escrito y firmadas por un representante debidamente autorizado del Colegio Promotor. Las Solicitudes serán entregadas en el domicilio social de la Sociedad, que pondrá en conocimiento de las mismas a la Entidad Agente.
- d) A efectos del prorrateo, el número de acciones en que se convertirá la Solicitud será el cociente resultante de dividir la cantidad señalada en dicha Solicitud por el Precio Máximo, redondeado por defecto.
- e) Sólo podrá presentarse una única Solicitud por Colegio Promotor; en consecuencia, si un Colegio Promotor presentara más de una Solicitud se anularán todas las Solicitudes presentadas por el Colegio Promotor.
- f) Los Colegios Promotores deberán abrir una cuenta de valores y de efectivo en cualquiera de las oficinas de la Entidad Agente, en caso de no disponer de ella con anterioridad. La Entidad Agente no repercutirá a los Colegios Promotores gasto alguno por la apertura y cancelación de dicha cuenta de valores, sin perjuicio de la comisión que pueda ser aplicable en el supuesto de traspaso de valores a otra entidad.
- g) La Entidad Agente podrá solicitar la oportuna provisión de fondos a los Colegios Promotores con ocasión de la apertura de la cuenta de valores, que quedará inmovilizada en la Entidad Agente hasta la fecha de desembolso de las acciones. La Entidad Agente deberá devolver a tales petitionarios la provisión de fondos correspondiente, libre de cualquier gasto o comisión, con fecha valor no más tarde del día hábil siguiente de producirse cualquiera de las siguientes circunstancias: (i) desistimiento de la Sociedad de continuar la realización de la Oferta, en los términos previstos en el apartado 2.11 del presente Folleto Informativo; o (ii) adjudicación al petitionario de un número de acciones de la Sociedad inferior al solicitado en caso de prorrateo; en este supuesto la devolución de la provisión se realizará respecto de las acciones no adjudicadas por razón del prorrateo, o (iii) exceso de provisión de fondos. Se hace constar expresamente que el exceso de provisión de fondos que pueda existir una vez que el día 16 de mayo de 2000 quede fijado el Precio de la Oferta y realizado, en su caso, el

prorratio, será devuelto con fecha valor no más tarde del día 22 de mayo de 2000. Si por causas imputables a la Entidad Agente se produjera cualquier retraso sobre la fecha límite de devolución indicada, deberá abonar intereses de demora al tipo de interés legal del dinero vigente en España desde la fecha en que hubiera debido hacerse dicha devolución hasta el día de su abono efectivo

### **2.10.3.3 Fijación del Precio de la Oferta. Asignación de acciones a cada Tramo.**

El Precio de la Oferta será fijado por la Sociedad el 16 de mayo de 2000 por la Sociedad, comunicado a la CNMV ese mismo día y publicado en al menos un diario de difusión nacional dentro de los dos días hábiles siguientes, con el límite del Precio Máximo. El Precio de la Oferta será el mismo en el tramo de Colegiados y en el tramo de Colegios Promotores.

Con anterioridad al 16 de mayo de 2000, la Sociedad procederá a la asignación definitiva de acciones a cada uno de los Tramos de la Oferta, en los términos establecidos en el apartado 2.10.1.3. El volumen final de acciones asignado a cada uno de los Tramos será objeto de la información adicional al presente Folleto a que se refiere el apartado 2.10.4.

### **2.10.3.4 Práctica, en su caso, de prorratio.**

En el caso de que las Solicitudes recibidas excedan del número de acciones destinadas al tramo de Colegios Promotores de la Oferta, la Entidad Agente realizará, no más tarde del 21 de mayo de 2000, un prorratio entre los Colegios Promotores, conforme a las reglas fijadas en el apartado 2.12.4 de este Folleto.

Una vez efectuado el prorratio, se procederá a la adjudicación de las acciones a los peticionarios de las mismas. El resultado de este prorratio será objeto de información adicional al presente Folleto, en los términos previstos en el apartado 2.10.4.

### **2.10.3.5 Adjudicación y pago de los Colegios Promotores.**

El pago por los Colegios Promotores de las acciones finalmente adjudicadas en la presente Oferta se realizará el 22 de mayo de 2000, con fecha valor de este último día, todo ello sin perjuicio de las provisiones de fondos que les hayan sido exigidas.

### **2.10.4 Información adicional a incorporar al Folleto registrado.**

La Sociedad comunicará a la CNMV los siguientes hechos en las fechas que se indican a continuación, quedando así completada la información comprendida en este Folleto y fijados todos los aspectos que por las especiales características de este tipo de oferta quedan pendientes de determinación en la fecha de registro del Folleto:

- (a) Precio de la Oferta: 16 de mayo de 2000.
- (b) Asignación definitiva de acciones a cada Tramo de la Oferta: 16 de mayo de 2000.
- (c) Desistimiento de la Oferta: no más tarde de las 20:00 horas de la fecha en que se produzca.
- (d) Adelanto de Cierre: no más tarde de las 20:00 horas de la fecha en que se produzca.
- (e) Resultado del prorratio de cada uno de los Tramos: 21 de mayo de 2000.

- (f) Participaciones finales significativas en el accionariado de la Sociedad: La Sociedad, antes del 30 de junio de 2000, una vez completadas las transmisiones de acciones previstas en el apartado 6.5 del Capítulo VI, suministrará como información adicional la situación final del accionariado de la Sociedad, indicando las participaciones finales directas o indirectas iguales o superiores al 1% del capital social que puedan existir, incluyendo específicamente las participaciones directas e indirectas de los miembros del Consejo de Administración.

Estos datos, con la excepción de las participaciones finales significativas en el accionariado de la Sociedad, serán también publicados en un diario de difusión nacional, el día mencionado o el día hábil siguiente.

## **2.11 Desistimiento de la oferta.**

La Sociedad en caso de fuerza mayor u otra causa relevante podrá desistir de la Oferta en cualquier momento anterior al comienzo del Período de Oferta Pública (8:00 horas del 8 de mayo de 2000). La Sociedad deberá comunicar inmediatamente dicho desistimiento a la CNMV y difundirlo a través de al menos un diario de difusión nacional.

## **2.12 Entidades que intervienen en la oferta.**

### **2.12.1 Entidades que intervienen en la tramitación de la Oferta**

#### *Entidad Directora*

Santander Central Hispano Investment S.A. ha actuado como Entidad Directora de la emisión, en virtud de mandato otorgado por la Sociedad para preparar la colocación de los valores y organizar todas las operaciones necesarias de la forma más adecuada para el cumplimiento de los objetivos marcados por el emisor. Se acompaña como **Anexo 5** de este Folleto una carta de la Entidad Directora en la que se manifiesta que (1) se han llevado a cabo las comprobaciones necesarias para contrastar la veracidad e integridad de la información contenida en este Folleto, y (2) que no se advierten, de acuerdo con tales comprobaciones, circunstancias que contradigan o alteren dicha información, ni ésta omite hechos o datos significativos que puedan resultar relevantes para el inversor. Esta declaración no se refiere a los datos que han sido objeto de auditoría de cuentas.

#### *Entidad Agente*

Banco Santander Central Hispano S.A. actuará como Entidad Agente. Los Colegiados deberán presentar y tramitar las peticiones de suscripción en cualquiera de las oficinas de Banco Santander y Banco Central Hispano, que se ocuparán de entregar a los Colegiados ejemplares de las solicitud de suscripción y del tríptico informativo. La Entidad Agente recibirá las Solicitudes, procederá al tratamiento informático de las mismas, comunicará diariamente a la Sociedad el número de solicitudes presentadas y el importe total solicitado, realizará el prorrateo de la Oferta que pueda en su caso ser necesario y los cobros y pagos derivados de la liquidación de la Oferta, coordinará con el SCL el alta de los registros de anotaciones en cuenta, preparará los cuadros de difusión y emitirá el certificado de desembolso de capital necesario para proceder a la elevación a público del acuerdo de ampliación de capital, una vez que el aumento quede cerrado.

### **2.12.2 Aseguramiento**



La presente Oferta no está asegurada.

### **2.12.3 Prorrateo en el Tramo de Colegiados de la Oferta**

El prorrateo en el Tramo de Colegiados de la Oferta descrito en este apartado será realizado por la Entidad Agente no más tarde de las 19:00 horas del 21 de mayo de 2000.

A efectos del prorrateo descrito en este apartado, el número de acciones en que se convertirá la Solicitud será el cociente resultante de dividir la cantidad señalada en dicha Solicitud por el Precio Máximo, redondeando por defecto.. Se aplicarán las mismas reglas de prorrateo a todas las Solicitudes, con independencia de la fecha de su efectiva presentación.

- (a) A los efectos del prorrateo, solamente se tendrán en cuenta las Solicitudes que superen el control de los requisitos aplicables a las mismas (apartado 2.10.2.2 del presente folleto).
- (b) Para el caso de que las peticiones basadas en Solicitudes presentadas durante el Período de Oferta Pública excedan del volumen de acciones ofertadas en el Tramo de Colegiados (en lo sucesivo, en este apartado 2.12.3, las acciones ofertadas), se adjudicará en primer lugar, a todas y cada una de las Solicitudes presentadas durante el Período de Oferta Pública, un número de 25 acciones de la Sociedad. Todo ello siempre que el volumen de acciones ofertadas permita realizar dicha adjudicación mínima.
- (c) En el supuesto de que el volumen de acciones ofertadas no sea suficiente para realizar la asignación prevista en el apartado (b), las Solicitudes presentadas durante el Período de Oferta Pública se ordenarán alfabéticamente con base en los datos personales que figuren en los soportes magnéticos presentados por la Entidad Agente (en caso de que existan Colegiados cuyos datos personales sean coincidentes según la información remitida, se ordenarán éstos por orden de mayor a menor cuantía de sus Solicitudes) y se adjudicará a cada Solicitud 25 acciones de la Sociedad, a partir de la letra que resulte del sorteo realizado por fedatario público según el campo “Nombre y Apellidos o Razón Social” del fichero presentado por la Entidad Agente, hasta agotar el número de acciones ofertadas. En el supuesto de que tras dicha adjudicación existiera un número inferior a 25 acciones, dichas acciones se adjudicarán entre las Solicitudes a los que se hayan adjudicado acciones por orden alfabético, empezando por la misma letra que haya resultado en el sorteo, adjudicando el resto al primer peticionario hasta donde alcance su petición y continuando, en su caso, por el orden del sorteo hasta el completo reparto del resto.
- (d) En el supuesto de que conforme al apartado (b) anterior, se hayan podido realizar la adjudicaciones indicadas, las acciones sobrantes se adjudicarán de forma lineal entre todas las Solicitudes que no hubieran satisfecho su petición, y siempre que el número de acciones sobrantes sea superior al número de Solicitudes no satisfechas, conforme a las siguientes reglas:
  - 1. El número lineal de acciones a adjudicar será el que resulte de dividir las acciones sobrantes entre las Solicitudes no satisfechas.
  - 2. En el caso de obtener un número fraccionario para el reparto lineal, éste se redondeará por defecto, de forma que resulte un número exacto de acciones a adjudicar.

3. Si hubiera Solicitudes en que la demanda pendiente fuera inferior al número lineal de acciones resultante, se les adjudicaría la cantidad de acciones hasta completar su petición.
  4. En el caso de que una vez realizada esta asignación quedarán acciones suficientes para seguir adjudicando a cada una de las Solicitudes no satisfechas, éstas se adjudicarán según las reglas (1), (2) y (3) descritas en este apartado y hasta agotar el número de acciones objeto de la Oferta.
  5. Si, tras la aplicación de estas reglas de prorrateo, quedará un número inferior de acciones al número de Solicitudes no satisfechas, éstas se ordenarán alfabéticamente con base a los datos personales que figuren en los soportes magnéticos presentados por la Entidad Agente (en caso de que existan Colegiados cuyos datos personales sean coincidentes según la información remitida, se ordenarán éstos por orden de mayor a menor cuantía de sus Solicitudes) y se adjudicará a cada Solicitud una acción adicional de la Sociedad, a partir de la letra que resulte del sorteo realizado por fedatario público según el campo “Nombre y Apellidos o Razón Social” del fichero presentado por la Entidad Agente, hasta agotar el número de acciones sobrantes.
- (e) En el supuesto de que conforme al apartado (b) anterior el número de acciones sobrantes sea inferior al número de Solicitudes a las que no se les hubiera completado su petición, éstas se repartirán conforme a la regla (5) del apartado (d).

Si es necesario realizar un sorteo con intervención de fedatario público, se utilizará el campo “Nombre y Apellidos o Razón Social” del fichero presentado por la Entidad Agente. Las Solicitudes se ordenarán alfabéticamente (siguiendo los criterios de la Real Academia de la Lengua Española) en base a este campo, de modo objetivo y no discriminatorio.

A efectos ilustrativos se incorpora a continuación un ejemplo de prorrateo. Se hace constar que se trata de un mero ejemplo y que su resultado no es significativo de lo que pueda ocurrir en la realidad, dado que el resultado en cada caso depende de diversas variables, entre las que destaca el número real de Solicitudes formuladas.

#### Ejemplos de prorrateo

*A efectos de los ejemplos que se indican a continuación, se han asumido las siguientes hipótesis de volumen de la Oferta y de Precio Máximo: (i) Acciones asignadas: 4.400.000 acciones; (ii) Precio Máximo: 6 Euros.*

*Los ejemplos se realizan sobre la base de que con carácter previo se han realizado (i) la eliminación de excesos sobre la cantidad máxima a solicitar (10.000 Euros), y (ii) el control sobre el cumplimiento de los requisitos aplicables a las Solicitudes.*

#### Supuesto A:

50.000	Solicitudes por	150 Euros	(25 Acciones):	1.250.000
40.000	Solicitudes por	500 Euros	(83 Acciones):	3.320.000
30.000	Solicitudes por	1.000 Euros	(166 Acciones):	4.980.000

20.000	Solicitudes por	5.000 Euros	(833 Acciones):	16.660.000
10.000	Solicitudes por	10.000 Euros	(1.666 Acciones):	16.660.000

**Total Solicitudes:** 150.000 **Total acciones:** 42.870.000

(i) *Asignación Inicial : 25 acciones por Solicitud*

<i>Primera asignación:</i>			3.750.000 acciones
50.000	Solicitudes por	25 acciones	1.250.000 acciones
40.000	Solicitudes por	25 acciones	1.000.000 acciones
30.000	Solicitudes por	25 acciones	750.000 acciones
20.000	Solicitudes por	25 acciones	500.000 acciones
10.000	Solicitudes por	25 acciones	250.000 acciones

(ii) *Segunda Asignación: Acciones sobrantes / nº solicitudes insatisfechas*

<i>Lineal: 650.000/100.000 = 6,5 acciones</i>			
40.000	Solicitudes por	6 acciones:	240.000 acciones
30.000	Solicitudes por	6 acciones:	180.000 acciones
20.000	Solicitudes por	6 acciones:	120.000 acciones
10.000	Solicitudes por	6 acciones:	60.000 acciones

*Total acciones asignadas:* 600.000 acciones  
*Acciones sobrantes por efecto del redondeo:* 50.000 acciones

*En el supuesto de que una vez realizado el prorrateo quedaran acciones no adjudicadas por efecto del redondeo (como es el caso en este ejemplo) estas se distribuirán una a una entre todas las Solicitudes que no hubieran alcanzado su petición, por orden alfabético de los peticionarios a partir de la letra que resulte de sorteo celebrado ante fedatario público según el campo "Nombre y Apellidos o Razón Social", sea cual sea su contenido, del fichero presentado por la Entidad Agente, y en caso de que existan Colegiados cuyos datos personales sean coincidentes según la información remitida, se ordenarán éstos por orden de mayor a menor cuantía de sus Solicitudes.*

**Supuesto B:**

60.000	Solicitudes por	150 Euros	(25 Acciones):	1.500.000
50.000	Solicitudes por	500 Euros	(83 Acciones):	4.150.000
40.000	Solicitudes por	1.000 Euros	(166 Acciones):	6.640.000
30.000	Solicitudes por	5.000 Euros	(833 Acciones):	24.990.000
20.000	Solicitudes por	10.000 Euros	(1.666 Acciones):	33.320.000

**Total Solicitudes:** 200.000 **Total acciones:** 42.870.000

*Asignación Inicial:*

*Acciones Tramo / Número Total de Solicitudes = 4.400.000/200.000 = 22 acciones*

*Dado que la asignación es inferior a 25 acciones por Solicitud, las Solicitudes se ordenarán por orden alfabético de los peticionarios a partir de la letra que resulte de sorteo realizado por fedatario público y, en caso de que existan inversores cuyos datos personales sean coincidentes según la información remitida, por orden de mayor a menor cuantía de sus Solicitudes, asignándose a cada Solicitud 25 acciones. El resto inferior a 25 acciones se adjudicará entre las*

*Solicitudes a las que se hayan adjudicado acciones por orden alfabético, empezando por la misma letra que haya resultado en el sorteo, adjudicando el resto al primer peticionario hasta donde alcance su petición y continuando, en su caso, por el orden del sorteo hasta el completo reparto del resto.*

#### **2.12.4 Prorratio en el Tramo de Colegios Promotores de la Oferta**

El prorratio en el Tramo de Colegios Promotores de la Oferta descrito en este apartado será realizado por la Entidad Agente no más tarde de las 19:00 horas del 21 de mayo de 2000.

A efectos del prorratio descrito en este apartado, el número de acciones en que se convertirá la Solicitud será el cociente resultante de dividir la cantidad señalada en dicha Solicitud por el Precio Máximo, redondeando por defecto. Se aplicarán las mismas reglas de prorratio a todas las Solicitudes, con independencia de la fecha de su efectiva presentación.

- (a) Para el caso de que las peticiones basadas en Solicitudes presentadas por los Colegios Promotores excedan del volumen de acciones ofertadas en el Tramo de Colegios Promotores (en lo sucesivo, en este apartado 2.12.4, las acciones ofertadas), se adjudicará en primer lugar, a todas y cada una de las Solicitudes presentadas por los Colegios Promotores, un tercio de las acciones ofertadas (o la cantidad solicitada si es inferior al número de acciones que resulta de este cómputo).
- (b) En el supuesto de que una vez realizada la adjudicación conforme al apartado (a) no se hubiera cubierto el número total de acciones ofertadas, las acciones sobrantes se adjudicarán por partes iguales a cada uno de los Colegios Promotores que hubiese solicitado un número de acciones superior al adjudicado (o la cantidad solicitada si es inferior al número de acciones que resulta de este cómputo), hasta agotar el número de acciones ofertadas. En el supuesto de que tras dicha adjudicación existiera una acción pendiente de adjudicación, dicha acción se adjudicará por sorteo entre los Colegios Promotores que hubiesen solicitado un número de acciones superior al adjudicado.

### **2.13 Terminación del proceso.**

#### **2.13.1 Adjudicación de las acciones.**

La adjudicación definitiva de las acciones se realizará por la Entidad Agente el 22 de mayo de 2000 y coincidirá con la fecha de suscripción de la ampliación de capital. En esa misma fecha, la Entidad Agente comunicará a los peticionarios el resultado de la adjudicación. Dicha comunicación implicará la adjudicación de las acciones.

En la fecha de inscripción en el Registro Mercantil la escritura pública de ampliación de capital que da lugar a la Oferta Pública de Suscripción, la Entidad Agente realizará las gestiones oportunas con el fin de que pueda llevarse a cabo la asignación de las correspondientes referencias de registro a favor de los peticionarios a través del SCL. A tal fin, la Entidad Agente comunicará al SCL, el día de la inscripción de la escritura de aumento de capital en el Registro Mercantil, la información procedente de los peticionarios adjudicatarios de forma que se asignen las referencias de registro correspondientes respecto a las acciones procedentes de la ampliación de capital.

#### **2.13.2 Liquidación de la Oferta.**

Una vez desembolsada la ampliación de capital y expedido el certificado acreditativo del ingreso

de los fondos en las cuentas de la Sociedad, se declarará cerrada y suscrita la ampliación de capital mediante el otorgamiento de la correspondiente escritura pública de ampliación de capital ante Notario para su posterior inscripción en el Registro Mercantil. Efectuada la inscripción, se hará entrega de testimonio notarial de la escritura de ampliación de capital a la CNMV y al SCL.

## 2.14 Gastos de la oferta.

Los gastos estimados de la Oferta son los que se indican a continuación, con carácter meramente indicativo dada la dificultad de precisar su importe definitivo a la fecha de elaboración de este Folleto:

Concepto	Pesetas	Euros
Tasas CNMV	678.659	4.078,82
Tarifas y cánones SCL	500.000	3.005,06
Publicidad comercial	500.000.000	3.005.060,52
Comisión de agencia y entidad directora	60.000.000	360.607,26
Impuesto de Transmisiones y Actos Jurídicos Doc.	48.475.000	291.340,62
Notaría y Registro Mercantil	25.000.000	150.253,03
Otros gastos (impresión, abogados)	50.000.000	300.506,05
<b>TOTAL</b>	<b>684.653.659</b>	<b>4.114.851,36</b>

Estos gastos representarían un 14,12% del importe efectivo de la Oferta, entendiendo por tal el producto de multiplicar el número de acciones ofrecidas por un precio de seis (6) euros, equivalente al Precio Máximo. Los gastos serán por cuenta de la Sociedad.

A los efectos oportunos, se deja expresa constancia de que la contratación de la publicidad ha sido, es y será realizada en condiciones de mercado, con empresas del sector de reconocido prestigio, cumpliendo de modo tajante las reglas establecidas para la resolución de conflictos de interés si hubiese el más mínimo indicio de que pudiera existir. Véase, a este respecto, el apartado 6.2.2.3 del Capítulo VI.

## 2.15 Régimen fiscal.

A continuación se realiza un breve análisis de las principales consecuencias fiscales derivadas de la titularidad y posterior transmisión, en su caso, de las acciones de la Sociedad a que se refiere la presente Oferta (a los efectos del presente apartado 2.15, las “Acciones”).

Dicho análisis es una descripción general del régimen aplicable de acuerdo con la Ley 40/1998, de 9 de diciembre, del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y otras Normas Tributarias (en adelante, “IRPF”), y la Ley 41/1998, de 9 de diciembre, sobre la Renta de no Residentes y Normas Tributarias (en adelante, “IRNR”), ambas en vigor desde el 1 de enero de 1999. Igualmente, se ha tenido en cuenta lo dispuesto en el Real Decreto 214/1999, de 5 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (en adelante, “Real Decreto 214/1999”), el Real Decreto 326/1999, de 26 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento del Impuesto sobre la Renta de no Residentes (en adelante, “Real Decreto 326/1999”), la Ley 43/1995, de 27 de diciembre, del Impuesto sobre Sociedades (en adelante, “IS”) y el Real Decreto 537/1997, de 14 de abril, por

el que se aprueba el Reglamento del Impuesto sobre Sociedades (en adelante, “Real Decreto 537/1997”).

Sin embargo, debe tenerse en cuenta que el presente análisis no explicita todas las posibles consecuencias fiscales de las mencionadas operaciones ni el régimen aplicable a todas las categorías de inversores, algunos de los cuales (como por ejemplo las entidades financieras, las Instituciones de Inversión Colectiva, las Cooperativas, etc.) están sujetos a normas especiales.

Por lo tanto, se aconseja en tal sentido a los inversores interesados en la adquisición de las Acciones que consulten con sus abogados o asesores fiscales, quienes les podrán prestar un asesoramiento personalizado a la vista de sus circunstancias particulares.

### **2.15.1 Adquisición de las Acciones**

La adquisición de las Acciones está exenta del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados y del Impuesto sobre el Valor Añadido, en los términos previstos en el artículo 108 de la Ley del Mercado de Valores y concordantes de las leyes reguladoras de los impuestos citados.

### **2.15.2 Inversores residentes en territorio español**

El presente apartado analiza el tratamiento fiscal aplicable tanto a los inversores residentes en territorio español, como a aquellos otros que, aun no siendo residentes, sean contribuyentes por el IRNR y actúen a través de establecimiento permanente en España, así como a aquellos inversores, personas físicas, residentes en otros Estados miembros de la Unión Europea cuyos rendimientos obtenidos en territorio español procedentes del trabajo y de actividades económicas alcancen, al menos, el 75% de la totalidad de su renta en el ejercicio y que opten por tributar en calidad de contribuyentes por el IRPF.

A estos efectos, se considerarán inversores residentes en España, sin perjuicio de lo dispuesto en los convenios de doble imposición firmados por nuestro país, las entidades residentes en territorio español conforme al artículo 8 de la Ley del IS, y los contribuyentes personas físicas que tengan su residencia habitual en España, tal y como se define en el artículo 9 de la Ley del IRPF, así como los residentes en el extranjero miembros de misiones diplomáticas españolas, oficinas consulares españolas y otros cargos oficiales, en los términos del artículo 9.2 de la mencionada norma. Igualmente, tendrán la consideración de inversores residentes en España las personas físicas de nacionalidad española, aun cuando acrediten su residencia fiscal en un paraíso fiscal, tanto durante el período impositivo en el que se produzca el cambio de residencia como en los cuatro posteriores.

Seguidamente analizamos el régimen fiscal aplicable a las personas físicas, de una parte, y los sujetos pasivos del IS, de otra.

#### **2.15.2.1 Personas Físicas**

La titularidad y posterior transmisión, en su caso, de las Acciones tendrán, para los inversores, consecuencias en el ámbito del IRPF, del Impuesto sobre el Patrimonio y del Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones.

##### **2.15.2.1.1 Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas**

Las Acciones generarán para sus titulares rendimientos del capital mobiliario y, de procederse a su transmisión, ganancias o, en su caso, pérdidas patrimoniales.

(a) Rendimientos del capital mobiliario

Para los contribuyentes por el IRPF, de conformidad con el artículo 23 de la Ley del IRPF, tendrán la consideración de rendimientos del capital mobiliario los dividendos, las primas de asistencia a juntas, los rendimientos derivados de la constitución o cesión de derechos o facultades de uso o disfrute sobre las Acciones y, en general, las participaciones en los beneficios de la Sociedad así como cualquier otra utilidad percibida del mismo en su condición de accionista.

A efectos de su integración en la base imponible del IRPF, el rendimiento íntegro se calculará multiplicando el importe íntegro percibido por el porcentaje del 140%. Para el cálculo del rendimiento neto serán deducibles los gastos de administración y depósito de las Acciones pero no los de gestión discrecional e individualizada de la cartera. Finalmente, los accionistas tendrán derecho a deducir de la cuota íntegra de su IRPF el 40% del importe íntegro percibido por los anteriores conceptos.

No obstante, el porcentaje será del 100% (y no del 140%), no aplicándose la deducción del 40%, cuando se trate de rendimientos procedentes de Acciones adquiridas dentro de los dos meses anteriores a la fecha en que aquéllos se hubieran satisfecho cuando, con posterioridad a esa fecha, dentro del mismo plazo, se produzca una transmisión de valores homogéneos.

Asimismo, los accionistas soportarán una retención, a cuenta del IRPF, del 18% sobre el importe íntegro del beneficio distribuido. La retención a cuenta será deducible de la cuota del referido impuesto y, en caso de insuficiencia de ésta, dará lugar a las devoluciones previstas en el artículo 85 de la Ley del IRPF.

(b) Ganancias y pérdidas patrimoniales

Las transmisiones de Acciones realizadas por los contribuyentes por el IRPF, sean a título oneroso o lucrativo, así como las restantes alteraciones patrimoniales contempladas en el artículo 31 de la Ley del IRPF, darán lugar a ganancias y pérdidas patrimoniales que se integrarán en la base imponible y se someterán a tributación de acuerdo con las normas generales para este tipo de rentas.

Entre dichas normas cabe destacar:

- (i) Cuando el accionista posea valores homogéneos adquiridos en distintas fechas, se entenderán transmitidos los adquiridos en primer lugar.
- (ii) En los casos y con los requisitos establecidos en la Ley del IRPF (artículos 31.5 y concordantes), determinadas pérdidas derivadas de transmisiones de acciones admitidas a negociación en mercado secundario oficial de valores español no se computarán como pérdidas patrimoniales.
- (iii) Con carácter general, las ganancias patrimoniales que se pongan de manifiesto como consecuencia de la transmisión de acciones adquiridas con más de dos años de antelación a la fecha en que tenga lugar la alteración en la composición del patrimonio, se integrarán en la parte especial de la base

imponible, gravándose al tipo fijo del 20%.

En el caso de acciones admitidas a negociación en mercado secundario oficial de valores español, el importe obtenido por la venta de derechos de suscripción preferente minorará el coste de adquisición de las acciones de las que los mismos procedan, a efectos de futuras transmisiones, hasta que éste quede reducido a cero. Las cantidades percibidas en exceso sobre el coste de adquisición se considerarán ganancia patrimonial. La entrega de acciones liberadas por la Sociedad a sus accionistas no constituirá renta para éstos. En el supuesto de acciones totalmente liberadas, el valor de adquisición de las nuevas y de las antiguas de las que procedan quedará fijado en el resultado de dividir el coste total de las antiguas entre el número de acciones, tanto antiguas como liberadas, que correspondan. Para las acciones parcialmente liberadas se estará al importe realmente satisfecho.

#### **2.15.2.1.2 Impuesto sobre el Patrimonio**

Los inversores residentes en territorio español están sometidos al Impuesto sobre el Patrimonio (en adelante, "IP") por la totalidad del patrimonio de que sean titulares a 31 de diciembre de cada año, con independencia del lugar donde estén situados los bienes o puedan ejercitarse los derechos, en los términos previstos en la Ley 19/1991, de 6 de junio, que a estos efectos fija un mínimo exento de 17,3 millones de pesetas, y de acuerdo con una escala de gravamen cuyos tipos marginales oscilan entre el 0,2% y el 2,5%.

A tal efecto, aquellas personas físicas que adquieran las Acciones por medio de esta operación y que estén obligadas a presentar declaración por el IP, deberán declarar las Acciones que posean a 31 de diciembre de cada año, las cuales se computarán según el valor de negociación media del cuarto trimestre de dicho año. El Ministerio de Economía y Hacienda publicará anualmente dicha cotización media.

#### **2.15.2.1.3 Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones**

Las transmisiones de Acciones a título lucrativo (por causa de muerte o donación) en favor de personas físicas residentes en España están sujetas al Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones (en adelante, "ISD") en los términos previstos en la Ley 29/1987, de 18 de diciembre. El tipo impositivo aplicable, dependiendo de la escala general de gravamen y de determinadas circunstancias del adquirente, oscilará entre el 0% y el 81,6%.

#### **2.15.2.2 Sujetos pasivos del Impuesto sobre Sociedades**

A efectos de su gravamen en el IS, habrán de tenerse en cuenta las rentas que obtengan los inversores personas jurídicas derivadas tanto de la distribución de dividendos por la Sociedad como de la transmisión, en su caso, de las Acciones.

##### **(a) Dividendos**

Los sujetos pasivos del IS o los que, siendo contribuyentes por el IRNR, actúen en España a estos efectos a través de establecimiento permanente, integrarán en su base imponible el importe íntegro de los dividendos o participaciones en beneficios, así como los gastos inherentes a la participación, en la forma prevista en el artículo 10 de la Ley del IS.

Siempre que no se dé alguno de los supuestos de exclusión previstos en el artículo 28 de la Ley del IS, los sujetos pasivos de dicho impuesto tendrán derecho a una



deducción del 50% de la cuota íntegra que corresponda a la base imponible derivada de los dividendos o participaciones en beneficios obtenidos, a cuyos efectos se considerará que la base imponible es el importe íntegro de los mismos.

La deducción anterior será del 100% cuando, cumplidos los restantes requisitos exigidos por la norma, los dividendos o participaciones en beneficios procedan de una participación, directa o indirecta, de al menos el 5% del capital, y siempre que ésta se hubiese poseído de manera ininterrumpida durante el año anterior al día en que sea exigible el beneficio que se distribuya.

Asimismo, los sujetos pasivos del IS soportarán una retención, a cuenta del referido impuesto, del 18% sobre el importe íntegro del beneficio distribuido, salvo que les resulte aplicable la deducción por doble imposición del 100% de los dividendos percibidos, en cuyo caso no se practicará retención alguna. Dicha retención será, caso de practicarse, deducible de la cuota del IS y, en caso de insuficiencia de ésta, dará lugar a las devoluciones previstas en el artículo 145 de su ley reguladora.

(b) Rentas derivadas de la transmisión de las Acciones

El beneficio o la pérdida derivados de la transmisión onerosa o lucrativa de las Acciones, o de cualquier otra alteración patrimonial relativa a las mismas, se integrará en la base imponible de los sujetos pasivos del IS, o contribuyentes por el IRNR que actúen a través de establecimiento permanente en España, en la forma prevista en el artículo 10 y siguientes de la Ley del IS.

Asimismo, en los términos previstos en el artículo 28 de la Ley del IS, la transmisión de Acciones por sujetos pasivos de este impuesto puede otorgar al transmitente derecho a deducción por doble imposición.

Alternativamente, la transmisión de Acciones le permitirá disfrutar del diferimiento por reinversión de acuerdo con lo establecido en el artículo 21 de la citada Ley, si bien dicho régimen es incompatible con la deducción citada en el párrafo anterior.

Finalmente, en caso de transmisión gratuita de las Acciones a favor de un sujeto pasivo del IS, la renta que se genere tributará igualmente de acuerdo con las normas de este impuesto, no siendo aplicable el ISD.

### **2.15.3 Inversores no residentes en territorio español**

El presente apartado analiza el tratamiento fiscal aplicable a los inversores no residentes en territorio español, excluyendo a aquellos que actúen en territorio español mediante establecimiento permanente, cuyo régimen fiscal ha quedado descrito junto al de los inversores residentes.

Se considerarán inversores no residentes las personas físicas que no sean contribuyentes por el IRPF y las entidades no residentes en territorio español, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 y 6 de la Ley del IRNR.

El régimen que se describe a continuación es de carácter general, por lo que se deberán tener en cuenta las particularidades de cada sujeto pasivo y las que puedan resultar los convenios para evitar la doble imposición celebrados entre terceros países y España.

### **2.15.3.1 Impuesto sobre la Renta de No Residentes**

La titularidad de las Acciones generará para los inversores no residentes en territorio español rendimientos del capital mobiliario y, en su caso, ganancias o pérdidas patrimoniales si se procede a su transmisión.

(a) Rendimientos del capital mobiliario

Los dividendos y demás participaciones en beneficios equiparadas por la normativa fiscal a los mismos, obtenidos por personas o entidades no residentes en España, que actúen sin establecimiento permanente, estarán sometidos a tributación por el IRNR al tipo general de tributación del 25% sobre el importe íntegro percibido, no resultando de aplicación el coeficiente multiplicador del 140% ni la deducción en cuota del 40%, mencionados anteriormente al tratar de los accionistas residentes.

Cuando en virtud de la residencia del perceptor resulte aplicable un convenio para evitar la doble imposición suscrito por España, se aplicará, en su caso, el tipo de gravamen reducido previsto en el convenio para este tipo de rentas.

Con carácter general, la Sociedad efectuará, en el momento del pago, una retención a cuenta del IRNR del 25%, o del tipo reducido establecido en un convenio para evitar la doble imposición suscrito por España que resulte aplicable, con sujeción al procedimiento y al modelo de declaración previstos en la Orden Ministerial de 26 de enero de 1999.

En los supuestos en los que, habiéndose practicado sobre el dividendo una retención del 25%, el tipo impositivo aplicable fuera inferior o resultara de aplicación una exención, de acuerdo con lo previsto por la normativa del IRNR o por algún convenio internacional, el accionista podrá solicitar de la Hacienda Pública, a través del modelo previsto en la Orden Ministerial de 23 de diciembre de 1997, la devolución del importe retenido en exceso. En todo caso, practicada la retención por la Sociedad, los accionistas no residentes no estarán obligados a presentar declaración en España por el IRNR.

(b) Ganancias y pérdidas patrimoniales

De acuerdo con la Ley del IRNR, las ganancias patrimoniales obtenidas por personas físicas o entidades no residentes por la transmisión de las Acciones, o cualquier otra ganancia de capital relacionada con las mismas, estarán sometidas a tributación por el IRNR. Las ganancias patrimoniales tributarán por el IRNR al tipo general del 25%, salvo que resulte aplicable un convenio para evitar la doble imposición suscrito por España, en cuyo caso se estará a lo dispuesto en dicho convenio. De la aplicación de los convenios resultará generalmente la exención de las ganancias patrimoniales obtenidas por la transmisión de las Acciones.

Adicionalmente, estarán exentas las ganancias patrimoniales siguientes:

- (i) Las derivadas de transmisiones de valores realizadas en mercados secundarios oficiales de valores españoles, obtenidas sin mediación de establecimiento permanente por personas o entidades residentes en un Estado que tenga suscrito con España un convenio para evitar la doble imposición con cláusula de intercambio de información.

- (ii) Las derivadas de bienes muebles obtenidas sin mediación de establecimiento permanente por personas o entidades residentes a efectos fiscales en otros Estados miembros de la Unión Europea, siempre que no hayan sido obtenidas a través de países o territorios calificados reglamentariamente como paraísos fiscales. Como excepción, la exención no alcanza a las ganancias patrimoniales que se produzcan por transmisión de acciones o derechos de una entidad en los casos siguientes: (i) cuando el activo de dicha entidad consista principalmente, de forma directa o indirecta, en bienes inmuebles situados en territorio español, o, (ii) cuando, en algún momento, dentro de los doce meses precedentes a la transmisión, el sujeto pasivo o, en caso de persona física, su cónyuge o personas vinculadas con aquél por parentesco hasta el tercer grado inclusive, hayan participado, directa o indirectamente, en, al menos, el 25% del capital o patrimonio de la sociedad emisora.

La ganancia o pérdida patrimonial se calculará y someterá a tributación separadamente para cada transmisión, no siendo posible la compensación de ganancias y pérdidas en caso de varias transmisiones con resultados de distinto signo. Su cuantificación, por su parte, se efectuará aplicando las reglas del artículo 23 de la Ley del IRNR.

Cuando el inversor posea valores homogéneos, adquiridos en distintas fechas, se entenderán transmitidos los adquiridos en primer lugar.

El importe obtenido por la venta de derechos de suscripción preferente minorará el coste de adquisición de las acciones de las que los mismos procedan, a efectos de futuras transmisiones, hasta que dicho coste quede reducido a cero. Las cantidades percibidas en exceso sobre el coste de adquisición se considerarán ganancia patrimonial.

La entrega de nuevas acciones, total o parcialmente liberadas, por la Sociedad a sus accionistas, no constituirá renta para éstos.

En el supuesto de acciones totalmente liberadas, el valor de adquisición de las nuevas y de las antiguas de las que procedan quedará fijado en el resultado de dividir el coste total de las antiguas entre el número de acciones, tanto antiguas como liberadas, que correspondan. Para las acciones parcialmente liberadas se estará al importe realmente satisfecho.

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 14 del Real Decreto 326/1999, las ganancias patrimoniales obtenidas por no residentes sin mediación de establecimiento permanente no estarán sujetas a retención o ingreso a cuenta del IRNR.

El inversor no residente estará obligado a presentar declaración, determinando e ingresando, en su caso, la deuda tributaria correspondiente. Podrán también efectuar la declaración e ingreso su representante fiscal en España, el pagador de la renta o el depositario o gestor de las Acciones, con sujeción al procedimiento y el modelo de declaración previstos en la Orden Ministerial de 23 de diciembre de 1997.

### **2.15.3.2 Impuesto sobre el Patrimonio**

Están sujetas al IP las personas físicas que, sin perjuicio de lo que resulte de los convenios de

doble imposición suscritos por España, no tengan su residencia habitual en territorio español de conformidad con lo previsto en el artículo 9 de la Ley del IRPF y que sean titulares de bienes situados o de derechos que pudieran ejercitarse en el mismo. Estos bienes o derechos serán los únicos gravados, aplicándoseles la escala de gravamen general del impuesto, cuyos tipos marginales oscilan entre el 0,2% y el 2,5%.

Caso de que proceda su gravamen por el IP, las Acciones propiedad de personas físicas no residentes y que estén admitidas a negociación en mercado secundario oficial de valores español se computarán por la cotización media del cuarto trimestre de cada año. El Ministerio de Economía y Hacienda publicará anualmente la mencionada cotización media a efectos de este impuesto.

La tributación se realizará mediante autoliquidación que deberá ser presentada por el sujeto pasivo, su representante fiscal en España o el depositario o gestor de sus Acciones en España, con sujeción al procedimiento previsto en la Orden Ministerial de 23 de diciembre de 1997.

### **2.15.3.3 Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones**

Las adquisiciones a título lucrativo por personas físicas no residentes en España, y cualquiera que sea la residencia del transmitente, estarán sujetas al ISD cuando la adquisición lo sea de bienes situados en territorio español o de derechos que puedan ejercitarse en ese territorio.

Las sociedades no son sujetos pasivos de este impuesto y las rentas que obtengan de esta fuente deberán tributar de acuerdo con las normas del IRNR.

## **2.16 Finalidad de la operación.**

Los fondos se destinarán a cubrir las necesidades de financiación de las actividades descritas en el plan de negocio.. Sin embargo, los fondos que la Sociedad pueda obtener en la presente Oferta únicamente financiarán las pérdidas de explotación y las inversiones de la Sociedad hasta el mes de enero de 2001. En dicha fecha, si la Sociedad no ha obtenido nueva financiación ajena, salvo la que resulta de la ejecución del aumento de capital previsto para dotar el plan de opciones de administradores, directivos y empleados, su patrimonio neto aproximado sería de 2.784 millones de pesetas, todavía ligeramente superior al capital social, pero la Sociedad necesitará financiación adicional para desarrollar su plan de negocio desde esa fecha, que no podrá generar mediante sus actividades ordinarias, y no puede garantizar que será capaz de obtener dicha financiación. Además, por la volatilidad de los mercados de empresas de Internet, una eventual pérdida de la confianza en las empresas de este sector podría reducir la posibilidad de acudir a fuentes de financiación tanto ajenas como propias, haciendo incluso imposible una eventual apelación al ahorro público. Si la Sociedad no es capaz de obtener la financiación necesaria para desarrollar su plan de negocio, los resultados, situación financiera y perspectivas de la Sociedad se verían sustancial y negativamente afectados, comprometiendo incluso la viabilidad de la Sociedad.

## **2.17 Datos relativos a la negociación de las acciones de la sociedad.**

### **2.17.1 Valores admitidos.**

La totalidad de las acciones que integran el capital social de la Sociedad no están admitidas a negociación oficial.

### **2.17.2 Resultados y dividendos por acción.**

Los resultados del último ejercicio y a 31 de marzo de 2000 de la Sociedad son los que se detallan en el cuadro siguiente:

	31/12 /99		31/03 /00	
	pesetas	euros	pesetas	euros
Pérdidas del período	(76.189.000)	(457.905,11)	(522.958.000)	(3.143.040,88)
Capital a fin de período	10.000.131	60.102	1.687.863.177	10.144.262
Nº acciones fin período	601.020	601.020	10.144.262	10.144.262
Pérdidas por acción	(126,75)	(0,7618)	(51,55)	(0,30)
Valor teórico contable	(66.189.000)	(397.803,90)	1.088.717.000	6.543.320,95
Pay-out	n/a	n/a	n/a	n/a
Dividendo	n/a	n/a	n/a	n/a
Dividendo por acción	n/a	n/a	n/a	n/a

No se incluye el ratio de PER (Precio entre Beneficio por Acción) por ser negativo. La Sociedad ha tenido pérdidas en su primer ejercicio económico y en el período finalizado el 31 de marzo de 2000. Además, como se ha puesto de relieve en el informe de revisión limitada de los auditores, *“A 31 de marzo de 2000, la Sociedad no ha generado todavía ingresos de explotación por encontrarse en fase de lanzamiento del servicio, habiendo incurrido en pérdidas que han disminuido el patrimonio neto de la Sociedad por debajo del 66% del capital suscrito y, en consecuencia, incurra en causa de disminución obligatoria de capital, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 163 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas. En este sentido, la continuidad de la Sociedad dependerá en gran medida del grado de cumplimiento de los planes de negocio previstos, así como del mantenimiento en el apoyo financiero de sus accionistas. Con fecha 17 de febrero de 2000, la Junta General Extraordinaria de Accionistas aprobó la realización de tres futuras ampliaciones de capital por un importe conjunto de 1.223.892 miles de pesetas, de las cuales una de ellas por importe de 807.927 miles de pesetas está previsto que tenga lugar en el plazo de un año desde la fecha de celebración de dicha Junta (véase Nota 8). La materialización de dichas ampliaciones de capital permitirán el restablecimiento del equilibrio patrimonial.”*

### 2.17.3 Ampliaciones de capital desde la fecha de constitución.

La Sociedad fue constituida el 13 de septiembre de 1999, con un capital de 60.102 euros, dividido en 601.020 acciones de 0,1 euros de valor nominal cada una de ellas, desembolsadas en un 37,50%. Desde esa fecha, el capital social de la Sociedad ha sufrido las siguientes variaciones:

- (a) Con fecha 28 de octubre de 1999, la Junta de Accionistas acordó proceder al desembolso de los dividendos pasivos. En consecuencia, el capital quedó fijado en 60.102 euros, dividido en 601.020 acciones de 0,1 euros de valor nominal cada una de ellas, desembolsadas en su totalidad.
- (b) Con fecha 17 de febrero de 2000, la Junta de Accionistas acordó aumentar el valor nominal de las acciones de la Sociedad, dejándolo en un (1) euro por acción, con disminución simultánea del número de acciones de la Sociedad y sin modificación de la cifra del capital social, procediéndose en este mismo acto al oportuno canje en la proporción de una (1) acción nueva por cada diez (10) acciones existentes. En consecuencia, el capital quedó fijado en 60.102 euros, dividido en 60.102 acciones de un (1) euro de valor nominal cada una de ellas, desembolsadas en su totalidad.
- (c) Con fecha 17 de febrero de 2000, la Junta de Accionistas acordó aumentar el capital

social, mediante la emisión y puesta en circulación de 5.084.160 acciones, de un euro de valor nominal cada una de ellas, emitidas a la par. El aumento fue suscrito íntegramente por la Fundación, mediante compensación del crédito que por el mismo importe ostentaba frente a la Sociedad, líquido, vencido y exigible en su totalidad. En consecuencia, el capital quedó fijado en 5.144.262 euros, dividido en 5.144.262 acciones de un (1) euro de valor nominal cada una de ellas, desembolsadas en su totalidad. El origen de este crédito es el que con detalle aparece en los apartados 6.2.2.1 y 6.5, esto es, la compraventa de la marca “recol” por un importe de 1.000.000 euros, IVA incluido, y 4.084.160 euros que proceden de los importes que, con carácter previo a la presente Oferta y a través de los Colegios, determinados Colegios y personas han venido aportando para financiar las actividades de la Sociedad y sus pérdidas de explotación, que son finalmente capitalizados a través de la Fundación (véase apartado 6.5).

- (d) Con fecha 17 de febrero de 2000, la Junta de Accionistas acordó aumentar el capital social, mediante la emisión y puesta en circulación de 2.500.000 acciones, de un euro de valor nominal cada una de ellas, emitidas a la par. El aumento fue suscrito íntegramente por Alkhaid, mediante compensación del crédito que por el mismo importe ostentaba frente a la Sociedad, líquido, vencido y exigible en su totalidad. En consecuencia, el capital quedó fijado en 7.644.262 euros, dividido en 7.644.262 acciones de un (1) euro de valor nominal cada una de ellas, desembolsadas en su totalidad. El origen de este crédito es el que con detalle aparece en el apartado 6.2.2.2. Estas acciones son las que en la actualidad ostenta Catalana d’Iniciatives C.R. S.A..
- (e) Con fecha 17 de febrero de 2000, la Junta de Accionistas acordó aumentar el capital social, mediante la emisión y puesta en circulación de 2.500.000 acciones, de un euro de valor nominal cada una de ellas, emitidas a la par. El aumento fue suscrito íntegramente por Alkhaid, mediante aportación dineraria realizada en ese mismo acto. En consecuencia, el capital quedó fijado en 10.144.262 euros, dividido en 10.144.262 acciones de un (1) euro de valor nominal cada una de ellas, desembolsadas en su totalidad.
- (f) Según queda indicado en el apartado 2.1.1, con fecha 17 de febrero de 2000 la Junta de Accionistas acordó aumentar el capital social, con renuncia al derecho de suscripción preferente de los accionistas, mediante la emisión y puesta en circulación de 4.855.738 acciones a través de una Oferta Pública de Suscripción de acciones. Este es el aumento de capital que es objeto de la presente Oferta. De ser suscrito íntegramente, el capital quedará fijado en 15.000.000 euros, dividido en 15.000.000 acciones de un (1) euro de valor nominal cada una de ellas, desembolsadas en su totalidad.
- (g) Según queda indicado en el apartado 6.2.4, con fecha 17 de febrero de 2000 la Junta de Accionistas acordó aumentar el capital social, con renuncia al derecho de suscripción preferente de los accionistas, mediante la emisión y puesta en circulación de 1.500.000 acciones, destinada exclusivamente a dotar el plan de opciones de administradores, directivos y empleados de la Sociedad. De ser suscrito íntegramente el aumento indicado en el apartado (e) y este aumento de capital, el capital quedará fijado en 16.500.000 euros, dividido en 16.500.000 acciones de un (1) euro de valor nominal cada una de ellas, desembolsadas en su totalidad. La ejecución de este acuerdo de aumento de capital ha quedado delegada en favor del Consejo de Administración, que hará uso de la autorización concedida tan pronto llegue a un acuerdo con una entidad financiera para desarrollar la agencia del plan de opciones.

- (h) Con fecha 17 de febrero de 2000 la Junta de Accionistas acordó aumentar el capital social, con renuncia al derecho de suscripción preferente de los accionistas, mediante la emisión y puesta en circulación de 1.000.000 de acciones, destinada prever la eventual incorporación de socios estratégicos a la Sociedad. De ser suscrito íntegramente el aumento indicado en el apartado (e) y este aumento de capital, el capital quedará fijado en 17.500.000 euros, dividido en 17.500.000 acciones de un (1) euro de valor nominal cada una de ellas, desembolsadas en su totalidad. La ejecución de este acuerdo de aumento de capital ha quedado delegada en favor del Consejo de Administración, que hará uso de la autorización concedida en función de las necesidades de financiación de la Sociedad. En todo caso, se hace constar que la dilución máxima que podría resultar para los accionistas de la Sociedad de la ejecución de este acuerdo sería del 5,71%, ya que el aumento de capital no podría en ningún caso exceder el número de acciones inicialmente previsto para esta eventual incorporación de socios estratégicos, esto es, 1.000.000 acciones.

#### **2.17.4 Valores emitidos por la Sociedad objeto de una Oferta Pública de Adquisición.**

Las acciones de la Sociedad no han sido objeto de Ofertas Públicas de Adquisición.

#### **2.17.5 Compromiso de permanencia en la Sociedad**

En el marco de la tramitación del presente Folleto, D. Ignacio Ozcáriz Arraiza ha presentado ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores una carta por la que se compromete a permanecer en la Sociedad como accionista de la misma durante el plazo mínimo de un año desde la inscripción de este Folleto en el registro oficial de la Comisión Nacional del Mercado de Valores. Asimismo, en la medida que la eficacia de su gestión lo permita y salvo opinión en contra del Consejo de Administración o de la Junta General de Accionistas, ha manifestado su intención de desempeñar leal y rigurosamente las funciones ejecutivas que en la actualidad ejerce como Presidente y las que en un futuro ejercerá como Vicepresidente y Consejero Delegado.

### **2.18 Participantes de la confección del folleto.**

#### **2.18.1 Participantes en el diseño y asesoramiento de la Oferta.**

La Oferta ha sido diseñada directamente por el Consejo de Administración de la Sociedad, con el asesoramiento jurídico de G&J Abogados y Jones, Day, Reavis & Pogue. D. Juan Jiménez Laiglesia, socio director de G&J Abogados, es el Secretario no consejero del Consejo de Administración de la Sociedad. Santander Central Hispano Investment S.A. ha actuado como Entidad Directora y asesor financiero de la Sociedad. Banco Santander Central Hispano S.A. actúa como Entidad Agente.

#### **2.18.2 Vinculación o intereses económicos entre dichas personas y la Sociedad.**

Santander Central Hispano Investment S.A., en el marco del mandato recibido para actuar como Entidad Directora y asesor financiero de la Sociedad, ha recibido de la Fundación una opción para adquirir hasta 41.250 acciones de la Sociedad. Esta opción podrá ser ejecutada dentro de los treinta días siguientes a la fecha de suscripción de la Oferta, a un precio por acción igual al Precio de la Oferta, en las mismas condiciones que los Colegiados que acudan a esta Oferta.

Con esta salvedad, no existe constancia de ningún tipo de vinculación o interés económico alguno entre la Sociedad y el resto de las entidades que han intervenido en la Oferta, salvo la

estrictamente profesional relacionada con la asesoría legal y financiera.



## **CAPITULO III**

## **CAPITULO III**

### **EL EMISOR Y SU CAPITAL**

#### **3.1 Identificación y objeto social.**

##### **3.1.1 Denominación Social y C.I.F.**

La emisora es RECOL NETWORKS S.A., con domicilio social en Madrid, Hermosilla 30, y con C.I.F. A82421959. Las oficinas principales se encuentran en el domicilio social y en Las Rozas (Madrid), carretera de La Coruña km. 16.800.

##### **3.1.2 Objeto social.**

El objeto social de la Sociedad viene recogido en el artículo 2 de sus Estatutos Sociales, que se transcribe literalmente a continuación:

*La Sociedad tiene como objeto el diseño, desarrollo, implantación, mantenimiento y promoción de servicios y aplicaciones telemáticas (de telecomunicaciones e informáticas), incluyendo actividades de venta de productos y servicios a través de los canales telemáticos, actividades de acceso, actividades de producción, distribución y exhibición de contenidos propios o ajenos y actividades de comercio electrónico, así como la prestación a terceros de servicios de apoyo, consultoría y otros servicios similares relacionados con las tecnologías telemáticas.*

*Las actividades que integran el objeto social podrán desarrollarse total o parcialmente de modo indirecto, mediante la titularidad de acciones o participaciones en sociedades con objetos idénticos o análogos.*

*Las actividades que integran el objeto social se ejercerán con sujeción a las disposiciones legales de aplicación en la materia y previa obtención, en su caso, de las autorizaciones o licencias administrativas o de otra índole que fueran necesarias.*

El sector de la CNAE en que se encuadra la Sociedad es el 64.20, que corresponde a la actividad de telecomunicaciones.

#### **3.2 Informaciones legales.**

##### **3.2.1 Constitución de la Sociedad.**

La Sociedad fue constituida, bajo la denominación de Sociedad para el Desarrollo de los Servicios Telemáticos Colegiales y Profesionales S.A., mediante escritura pública autorizada por el Notario de Madrid D. Antonio Alvarez Pérez el 13 de septiembre de 1999 con el número 3272 de su protocolo. Se halla inscrita en el Registro Mercantil de Madrid en el tomo 14586, libro 0 de la Sección de Sociedades Anónimas, folio 168, hoja número M241641, inscripción 1ª.

La Sociedad dio comienzo a sus operaciones sociales en la fecha de otorgamiento de la escritura de constitución y su duración es indefinida de conformidad con el artículo 3 de los Estatutos Sociales.

La Sociedad cambió su denominación por la de Recol Networks S.A. mediante acuerdo de Junta de Accionistas adoptado con fecha 17 de enero de 2000, elevado a público mediante escritura autorizada por el Notario de Madrid D. Antonio Alvarez Pérez el 10 de febrero de 2000 con el número 533 de su protocolo. Se halla inscrita en el Registro Mercantil de Madrid en el tomo 14586, libro 0 de la Sección de Sociedades Anónimas, folio 170, hoja número M-241641, inscripción 3.

La Sociedad aprobó una modificación y refundición de sus Estatutos Sociales mediante acuerdo de Junta de Accionistas de fecha 17 de febrero de 2000, según resulta de la escritura pública otorgada el 16 de marzo de 2000 ante el Notario de Madrid, D. Antonio Alvarez Pérez, con el número 1125 de su protocolo. Los Estatutos Sociales pueden consultarse en el domicilio social de la Sociedad, en las oficinas principales, así como en el Registro Mercantil de Madrid, mediante los medios legales habilitados al efecto.

### **3.2.2 Forma jurídica y legislación especial que le sea de aplicación.**

#### **3.2.2.1 Forma jurídica**

La Sociedad se rige por el Real Decreto Legislativo 1564/1989 de 22 de diciembre por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas y demás disposiciones que le sean aplicables. En materia de contabilidad, la Sociedad está sujeta al Plan General de Contabilidad.

#### **3.2.2.2 Aspectos relevantes de los estatutos sociales sobre la Junta General**

Se considera conveniente destacar los siguientes artículos de los Estatutos Sociales de la Sociedad:

##### Artículo 13

*Podrán asistir a la Junta General, con voz y voto, todos los accionistas, cualquiera que sea el número de acciones que posean, con tal de que sus acciones estén inscritas a su nombre en los Registros Contables a cargo de alguna de las Entidades Adheridas al Servicio de Compensación y Liquidación de Valores por lo menos con cinco (5) días de antelación a la fecha en que haya de celebrarse la Junta. Para ejercer el derecho de asistencia, el accionista deberá proveerse del correspondiente resguardo o certificado acreditativo expedido a estos efectos por las Entidades encargadas del Registro Contable de las acciones.*

*No obstante lo dispuesto en el párrafo anterior, ningún accionista, cualquiera que sea el número de acciones de las que resulte titular, podrá emitir un número de votos superior al 10% de los que, teniendo en cuenta el número de acciones presentes o representadas en la Junta, sean susceptibles de ser emitidos en la misma. La misma limitación será de aplicación al número de votos que puedan emitir, conjuntamente o por separado, dos o más sociedades accionistas pertenecientes a un mismo grupo de sociedades, entendiéndose por tal aquél en que se den las circunstancias previstas en el artículo 4 de la Ley del Mercado de Valores. El límite expresado operará respecto de todos los asuntos que sean objeto de votación en la Junta General, pero no impedirá que las acciones a las que se aplique se computen como capital concurrente con derecho de voto, a efectos de calcular las cuotas necesarias para la constitución y adopción de acuerdos en las Juntas.*

##### Artículo 16

*Tanto la Junta General Ordinaria como la Extraordinaria quedará válidamente constituida, en primera convocatoria, cuando los accionistas presentes o representados, posean al menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito con derecho de voto. En segunda convocatoria será válida la constitución cuando los accionistas presentes o representados, posean al menos el veinticinco por ciento (25%) del capital suscrito con derecho de voto.*

*Para que la Junta General, Ordinaria o Extraordinaria, pueda acordar válidamente la emisión de obligaciones, el aumento o la disminución del capital, la transformación, fusión o escisión de la Sociedad y, en general, cualquier modificación de los Estatutos Sociales, será necesaria, en primera convocatoria, la concurrencia de accionistas presentes o representados que posea, al menos, el sesenta por ciento (60%) del capital suscrito con derecho de voto. En segunda convocatoria, será suficiente la concurrencia del cincuenta por ciento (50%) de dicho capital.*

#### Artículo 17

*Los acuerdos de las Juntas Generales, tanto ordinarias como extraordinarias, serán adoptados por mayoría de votos presentes o representados. Sin embargo, los acuerdos relativos a emisión de obligaciones, el aumento o la disminución del capital, la transformación, fusión o escisión de la Sociedad y, en general, cualquier modificación de los Estatutos Sociales, así como los acuerdos previstos en el artículo 19 de estos estatutos sociales sobre nombramiento y destitución de consejeros, serán adoptados con el voto favorable del setenta y cinco por ciento (75%) del capital presente o representado en la Junta.*

#### **3.2.2.3 Legislación especial aplicable**

La actividad principal de la Sociedad es la prestación de servicios a profesionales en el área de las telecomunicaciones a través de Internet. Adicionalmente, presta servicios de acceso a Internet en base a un contrato firmado con Alkhaid (véase apartado 6.2.2.2).

#### *Comercio electrónico*

##### a) Normativa general

Las actividades de la Sociedad están sujetas a la legislación mercantil general:

- En materia de protección de consumidores y usuarios, la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores, la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones Generales de la Contratación, el Real Decreto 1828/1999, de 3 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento del Registro de Condiciones Generales de la Contratación, y la Ley 22/1994 de 6 de julio de responsabilidad civil por los daños causados por productos defectuosos.
- En materia de protección de datos, la Ley Orgánica 15/1999 sobre Tratamiento de Datos de Carácter Personal, el Reglamento de Medidas de Seguridad en Ficheros Automatizados, aprobado por el Real Decreto 994/1999, la ley 5/1998 de incorporación al derecho español de la Directiva 96/9 sobre la protección jurídica de las bases de datos, y la instrucción 1/1998 de la Agencia de Protección de Datos relativa al ejercicio de los derechos de acceso, rectificación y cancelación.

- En materia de competencia, fundamentalmente la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, y la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.
- En materia de publicidad, la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

b) Normativa especial aplicable al comercio electrónico

El comercio electrónico está sujeto, además, a la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (“LOCM”), ya que la venta a través de Internet puede considerarse una modalidad de venta a distancia (el artículo 36 califica la venta a distancia como “venta especial” y la propia LOCM establece un régimen específico en el Capítulo II del Título III). También habrá que tener en cuenta la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo de 1997, relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia, que en su Anexo I señala al correo electrónico como una técnica de comunicación a distancia.

También en relación con las ventas a distancia, debemos tener en cuenta el Real Decreto 1133/1997, de 11 de julio, por el que se regula la autorización de las ventas a distancia y la inscripción en el Registro de empresas de venta a Distancia previsto en el artículo 38.2 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista. Esta norma obliga a todas las empresas que utilizan Internet como plataforma de comercio electrónico, a inscribirse en el citado Registro. El organismo encargado de este Registro será la Dirección General de Comercio Interior del Ministerio de Economía y Hacienda. La Sociedad no se ha inscrito en el citado Registro, ya que en la actualidad todavía no desarrolla actividades de comercio electrónico ni ventas a distancia por medios telemáticos. En las primeras fases de su negocio, la actividad de comercio electrónico de la Sociedad se materializará en la recepción de comisiones por intermediación entre terceros.

En relación con la facturación, debemos tener en cuenta que la Ley 37/1992 del Impuesto sobre el Valor Añadido establece en su artículo 88 que se otorgará a las facturas emitidas por vía telemática los mismos efectos que las emitidas en soporte papel. La Orden del Ministerio de Hacienda de 22 de marzo de 1996 desarrolla este artículo y dicta las normas sobre facturación telemática. En este reglamento se establece el procedimiento de solicitud de este sistema de facturación.

Recientemente se ha aprobado el Real Decreto-Ley 14/1999, de 17 de septiembre, sobre firma electrónica, que regula el uso de la firma electrónica, el reconocimiento de su eficacia jurídica y la prestación al público de servicios de certificación. La llamada “firma electrónica avanzada”, siempre que esté basada en un certificado reconocido y que haya sido producida por un dispositivo seguro de creación de firma, tendrá respecto de los datos consignados en forma electrónica el mismo valor jurídico que la firma manuscrita respecto de los datos consignados en papel. Esta norma se inspira en la Propuesta Modificada de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se establece un marco común para la firma electrónica de fecha 29 de abril de 1999 (que modifica una Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo de fecha 13 de mayo de 1998, publicada en el DOCE el 23 de octubre de 1998) y de la Postura Común del Consejo de 28 de junio de 1999.

Por otra parte, se ha aprobado el Real Decreto 1906/1999 por el que se aprueba el

reglamento sobre contratación electrónica con condiciones generales. En el ámbito comunitario también existe una Propuesta Modificada de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a determinados aspectos jurídicos del comercio electrónico en el mercado interior de fecha 17 de agosto de 1999 (que modifica la Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de noviembre de 1998, publicada en el DOCE el 5 de febrero de 1999).

- c) Régimen de responsabilidad de la Sociedad en el marco de transacciones efectuadas en la modalidad de comercio electrónico.

Con carácter general, la Sociedad será responsable del cumplimiento de los términos y condiciones acordados con sus usuarios en los diferentes contratos de prestación de servicios que celebre con ellos.

La Sociedad no será responsable del incumplimiento de las obligaciones (e.g. no entrega de la cosa o no prestación del servicio) objeto de los contratos realizados a través de Internet por los usuarios de los servicios de la Sociedad con terceros de los que la Sociedad no sea parte. Excepcionalmente, la Sociedad podría incurrir en supuestos de responsabilidad extracontractual en el caso de que por actos imputables a la Sociedad se crease una situación objetiva de apariencia según la cual un usuario pudiera legítimamente entender de buena fe que la Sociedad asume o garantiza en un concreto contrato el cumplimiento de la prestación contratada por el usuario con un tercero a través de los servicios que la Sociedad presta en Internet.

La Sociedad no será en principio responsable del uso indebido de datos personales o sensibles (e.g. número de tarjeta de crédito) que hagan terceros con los que los usuarios de la Sociedad pudieran haber contratado a través de Internet. La Sociedad sólo será responsable del uso indebido que pudieran hacer terceros distintos de aquellos con los que usuarios de la Sociedad hayan contratado a través de Internet en el caso de que dichos terceros hubieran podido acceder a los datos personales o sensibles como consecuencia del incumplimiento por la Sociedad de sus obligaciones de confidencialidad y protección de datos personales impuestas por la normativa específica aplicable durante el almacenamiento y transporte de dichos datos personales o sensibles a través de su red propia. Finalmente, la Sociedad podría incurrir en supuestos de responsabilidad extracontractual si por actos propios de la Sociedad un usuario pudiera legítimamente entender de buena fe que los servicios prestados por la Sociedad le garantizan la imposibilidad de que sus datos personales o sensibles sean interceptados *on-line* por terceros desde que salen del ámbito del usuario y hasta que llegan a su destinatario final. Todo ello sin perjuicio de que los términos y condiciones de los contratos suscritos por la Sociedad con sus usuarios contengan limitaciones o exclusiones de responsabilidad legalmente admisibles.

#### *Servicio de acceso a Internet o ISP*

- a) Antecedentes legislativos

Hasta el año 1994 el acceso a Internet en España sólo era posible a través de dos alternativas: RedIRIS y Goya Servicios Telemáticos. Con el fin de favorecer una mayor utilización de Internet en España se publicó la Orden Ministerial de 11 de enero de 1996, por la que se dictaban instrucciones a Telefónica de España S.A. para establecer un servicio de acceso a información a través de la red pública conmutada y la red digital de servicios integrados, cuyo nombre comercial fue Infovía. Infovía

permitió el acceso de los usuarios a los equipos e instalaciones de los proveedores de acceso a Internet a precios de llamada local, de manera que desde cualquier punto del territorio se pudiese acceder a este servicio en condiciones de precio muy económicas. Durante los últimos años, el llamado “monopolio natural” de las telecomunicaciones ha sido sustituido por un esquema de liberalización de los servicios y redes de telecomunicaciones. Dentro de este proceso de liberalización se publicó la Orden Ministerial de 8 de septiembre de 1997, que determinó las condiciones de competencia efectiva para la prestación del servicio de acceso a información a través de las redes telefónicas públicas conmutadas o de las redes digitales de servicios integrados.

b) Normativa vigente

Actualmente el servicio de acceso a Internet se presta por diversos operadores (también conocidos como ISPs) en régimen de competencia. La normativa española básica que regula esta actividad es la Ley 11/1998, 24 de abril, General de Telecomunicaciones (en adelante, la “LGT”), el Real Decreto 1652/1998, de 24 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de los Registros Especiales de Titulares de Licencias Individuales y de Titulares de Autorizaciones Generales para la prestación de servicios y para el establecimiento y explotación de Redes de Telecomunicaciones, y el Reglamento del Procedimiento de Ventanilla Unica para la presentación de solicitudes o notificaciones dirigidas a la obtención de dichos títulos, y la Orden Ministerial de 22 de septiembre de 1998, por la que se establece el régimen aplicable a las autorizaciones generales para servicios y redes de telecomunicaciones y las condiciones que deben cumplirse por sus titulares (en adelante, la “Orden”).

c) Autorizaciones necesarias para la prestación del servicio de acceso a Internet

Hasta el mes de septiembre de 1998, el servicio de acceso a Internet tenía la consideración de un servicio de telecomunicaciones de valor añadido según lo dispuesto en el artículo 21 de la Ley 31/1987, de Ordenación de las Telecomunicaciones, de 18 de diciembre, modificada por la Ley 32/1992, de 3 de diciembre (en adelante, la “LOT”). Con base en la LOT, los proveedores de acceso a Internet tenían la obligación de solicitar a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (en adelante, la “CMT”) una autorización administrativa habilitante para la prestación del servicio.

Tras la entrada en vigor de la LGT y la Orden, la prestación del servicio de acceso a Internet requiere la previa obtención de una Autorización General Tipo C, que habilita para la prestación de servicios de transmisión de datos disponibles al público. Esta nueva regulación es consecuencia, en parte, de la incorporación al Derecho español de la normativa comunitaria, en concreto, la Directiva 97/13/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de abril de 1997, relativa a un marco común en materia de autorizaciones generales y licencias individuales en el ámbito de los servicios de telecomunicaciones.

Con la regulación contenida en la LGT se simplifican los trámites necesarios para la prestación de servicios o para establecer o explotar ciertas redes de telecomunicaciones que requieran una Autorización General, quedando reducidos a dos aspectos básicos: (a) la notificación por el interesado a la CMT de su intención, y (b) la inscripción de oficio de los datos del titular y del servicio en el Registro Especial de Titulares de Autorizaciones Generales (este Registro es público y su

llevarla corresponde a la CMT).

Conviene señalar que la obtención de una Autorización General Tipo C no habilita para la prestación del servicio telefónico sobre redes de datos en interoperatividad con el servicio telefónico disponible al público. Este servicio no ha sido, por el momento, objeto de regulación en España, por lo que, de acuerdo con lo previsto en el artículo 14 de la LGT, la prestación de este servicio requiere la previa obtención de una Autorización Provisional otorgada por el Ministerio de Fomento.

En el caso de la Sociedad, la actividad de ISP la desarrolla directamente Alkhaid, que es titular de una Autorización General Tipo C, habilitante para la prestación de los servicios de telecomunicación de proveedor de acceso a Internet, otorgada el 7 de octubre de 1999, por un plazo de 10 años, por acuerdo del Consejo de la Comisión del Mercado de la Telecomunicaciones.

d) Extinción de la Autorización General Tipo C

Transcurridos diez años desde la primera inscripción en el Registro Especial de Titulares de Autorizaciones Generales y, posteriormente, cada diez años, el titular de una Autorización General Tipo C ha de comunicar a la CMT si va a seguir prestando el servicio o servicios autorizados. La falta de notificación dará lugar a la cancelación de la inscripción registral.

Por otra parte, la extinción de la Autorización General Tipo C puede producirse por varios motivos: (a) cuando el titular cesa en la prestación de los servicios autorizados, (b) por incumplimiento muy grave de alguna de las condiciones impuestas a los titulares en la Orden, sin que se produzca la subsanación de dicho incumplimiento, y (c) cuando el titular no se adapte a la modificación que, en su caso, se realice mediante Orden Ministerial de las condiciones señaladas en la Orden.

e) Precios y tasas

Los precios del servicio de acceso a Internet son libres. Algunos ISPs ofrecen este servicio de forma gratuita. Excepto los ISPs que ofrecen gratuidad, el resto ofrecen la posibilidad de un pago anual, semestral, trimestral o mensual.

Respecto de las tasas, todos los titulares de Autorizaciones Generales para la prestación de servicios a terceros han de satisfacer a la Administración General del Estado una tasa anual que no podrá exceder del dos por mil de los ingresos brutos de explotación. Para el ejercicio 2000 la tasa es del 1,5 por mil de los ingresos brutos de explotación, según el Real Decreto 1750/98, de 31 de julio. Dentro de los tres meses siguientes al 31 de diciembre de 2000, Alkhaid deberá presentar a la CMT una declaración de los ingresos brutos de explotación correspondientes al ejercicio 2000.

*Otras cuestiones legales de interés*

a) Fiscalidad de las actividades principales de la Sociedad

La Sociedad es residente en España a efectos fiscales y, por tanto, está sujeta a los impuestos españoles directos e indirectos. No hay impuestos específicos para las actividades de Internet, comercio electrónico o servicios de acceso a Internet. Consecuentemente, los ingresos de la Sociedad, cualquiera que sea su procedencia,



estarán sujetos en España al Impuesto sobre Sociedades, al tipo general del 35%.

De acuerdo con la vigente normativa fiscal, la Sociedad repercutirá el Impuesto sobre el Valor Añadido en los productos y servicios ofrecidos a sus clientes y usuarios, al tipo general del 16%. Por otra parte, la Sociedad soportará el Impuesto sobre el Valor Añadido por los productos y servicios que adquiera.

b) Dominios de Internet

En la actualidad tan sólo existen dos tipos de dominios de primer nivel plenamente operativos: los dominios territoriales (también conocidos como geográficos, entre ellos el dominio “.es” para España) y los dominios genéricos (también conocidos como internacionales, entre ellos los dominios “.com”, “.org” y “.net”).

*Dominios territoriales: el dominio “.es”*

En España, la labor de asignación de nombres de dominio de segundo nivel bajo el código de país “.es” la llevará a cabo, en virtud de la designación efectuada mediante resolución de la Secretaría General de Comunicaciones de 10 de febrero de 2000, el ente público de la Red Técnica Española de Televisión.

La regulación aplicable al sistema de asignación de nombres de dominio de internet bajo el código de país correspondiente a España (.es) ha quedado fijada en la Orden de 21 de marzo de 2000 del Ministerio de Fomento, que establece en su anexo las normas para realizar dicha asignación.

Como novedades fundamentales, cabe destacar la posibilidad de que una misma persona jurídica sea titular de más de un nombre de dominio (que no será de aplicación hasta el 1 de agosto de 2000) y la posibilidad de que personas físicas puedan recibir la asignación de nombres de dominio (que no será de aplicación hasta el 1 de febrero de 2001).

En la actualidad existen más de 240 dominios territoriales. La normativa de registro de nombres varía sensiblemente de un país a otro, por ello el proceso de registrar nombres es más complicado que en el caso de los dominios genéricos y requiere una mayor especialización técnica por parte del solicitante.

*Dominios genéricos: dominios “.com”, “.org” y “.net”*

En la actualidad sólo existen estos tres dominios genéricos de primer nivel. Estos dominios están regulados conforme a las normas dictadas por el organismo internacional ICANN (International Corporation for Assigned Names and Numbers). Desde el año 1997 existe una propuesta para ampliar el número de dominios genéricos de primer nivel debido a la saturación que existe en los tres existentes. Esta propuesta señala los siguientes dominios: .firm (actividades comerciales), .shop (comercio y venta de productos), .web (actividades relacionadas con el web), .arts (actividades culturales y/o artísticas), .rec (actividades recreativas), .info (servicios de información), y .nom (reservado a las personas físicas). Estos siete nuevos dominios genéricos de primer nivel están pendientes de aprobación por el ICANN.

El registro de los dominios genéricos se ha liberalizado, de tal forma que el monopolio de registro que ostentaba la empresa Networks Solutions Inc. ha sido

sustituido por un sistema de competencia donde existen multitud de empresas dedicadas a prestar servicios de registro.

### **3.3 Informaciones sobre el capital.**

#### **3.3.1 Importe nominal suscrito y desembolsado hasta la fecha de redactar el Folleto.**

El capital social de la Sociedad, totalmente suscrito y desembolsado en la fecha de registro del presente Folleto, es de diez millones ciento cuarenta y cuatro mil doscientos sesenta y dos (10.144.262) euros (1.687.863.177 pesetas), representado por diez millones ciento cuarenta y cuatro mil doscientas sesenta y dos (10.144.262) acciones, representadas mediante anotaciones en cuenta, de un (1) euro de valor nominal cada una de ellas.

#### **3.3.2 En su caso, indicación de las importes a liberar, plazos y forma en que debe tener lugar.**

No procede.

#### **3.3.3 Acciones: clases y series, valor nominal, importes suscritos y desembolsados y derechos políticos y económicos.**

Las acciones representativas del capital social de la Sociedad son de un (1) euro de valor nominal cada una de ellas y pertenecen a una sola clase. Todas las acciones ostentan todos los derechos reconocidos al accionista por la Ley de Sociedades Anónimas y demás disposiciones legales o estatutarias aplicables.

Las acciones de la Sociedad se encuentran representadas por medio de anotaciones en cuenta, en virtud de acuerdo adoptado el 28 de octubre de 1999 en la Junta de Accionistas de la Sociedad, siendo la entidad encargada de su registro contable el Servicio de Compensación y Liquidación de Valores S.A., entidad domiciliada en Madrid, calle Orense 34, y sus Entidades Adheridas.

La escritura de transformación en anotaciones en cuenta, otorgada con fecha 29 de diciembre de 1999 ante el Notario de Madrid D. Antonio Alvarez Pérez bajo el número 4796 de su protocolo, se encuentra inscrita en el Registro Mercantil de Madrid en el tomo 14.586, libro 0 de la Sección de Sociedades Anónimas, folio 170, hoja número M241641, inscripción 2.

#### **3.3.4 Evolución del capital social.**

La Sociedad fue constituida el 13 de septiembre de 1999, con un capital social de 60.102 euros. En el apartado 2.17.3 se detalla la evolución del capital de la Sociedad desde la fecha de su constitución.

#### **3.3.5 Empréstitos de obligaciones convertibles, canjeables o con *warrants*.**

La Sociedad no tiene emitidas en la actualidad obligaciones convertibles, canjeables o con *warrants*.

#### **3.3.6 Títulos que representen ventajas atribuidas a fundadores, promotores y bonos de disfrute.**

No existen títulos representativos de ventajas atribuidas a fundadores o promotores, ni bonos

de disfrute.

### **3.3.7 Capital autorizado. Convertibles.**

La Sociedad no tiene delegada en favor del Consejo de Administración la facultad de acordar aumentos del capital social (capital autorizado, en los términos previstos en el artículo 153.1.b de la Ley de Sociedades Anónimas) ni de emitir convertibles.

### **3.3.8 Condiciones estatutarias para modificar el capital social.**

Véase apartado 3.2.2.2.

## **3.4 Número y valor nominal del total de las acciones adquiridas y conservadas en cartera por la propia sociedad o por persona interpuesta y autorizaciones al Órgano de Administración para la adquisición derivativa de acciones propias.**

### *Autocartera*

La Sociedad no tiene autocartera.

### *Autorización de la Junta de Accionistas para la adquisición de autocartera*

La Junta de Accionistas de la Sociedad, en reunión celebrada el 17 de febrero de 2000, ha adoptado el siguiente acuerdo

*Se acuerda autorizar, a los efectos establecidos en el artículo 75 de la Ley de Sociedades Anónimas, al Consejo de Administración de la Sociedad para que pueda proceder a la adquisición derivativa de acciones de la propia Sociedad, directamente o a través de Sociedades del Grupo, así como para la enajenación de las mismas, en las siguientes condiciones: (a) las adquisiciones podrán ser realizadas directamente por la propia Sociedad, o indirectamente a través de Sociedades del Grupo, (b) las adquisiciones podrán ser realizadas mediante compraventa o cualquier otro título jurídico oneroso, (c) el precio de adquisición de las acciones no será inferior al nominal de las acciones, ni superior a cien (100) euros por acción, (d) la autorización tiene una duración de dieciocho meses, (e) las compras no excederán la cifra máxima permitida por la Ley de Sociedades Anónimas y demás disposiciones legales que resulten de aplicación, (f) la adquisición debe permitir a la Sociedad dotar la reserva exigida por el artículo 79.3 de la Ley de Sociedades Anónimas, sin disminuir el capital ni las reservas legal o estatutariamente disponibles, y (g) las acciones adquiridas deberán estar totalmente desembolsadas. La adquisición podrá realizarse, a elección del Consejo de Administración, bien de una sola vez bien en las veces que el propio Consejo de Administración estime conveniente.*

*El Consejo de Administración queda autorizado expresamente para proceder a la adquisición derivativa de acciones de la propia Sociedad, en las condiciones indicadas en el párrafo anterior, con el fin de establecer y ejecutar el sistema de opciones en favor de administradores, directivos y empleados de la Sociedad, pudiendo adquirir por título de compraventa o por cualquier otro título admitido en derecho hasta un máximo de 1.500.000 acciones, de un (1) euro de valor nominal cada una de ellas. A los efectos del cómputo de la cifra máxima legalmente permitida, se tomarán en consideración las acciones propias adquiridas por la Sociedad en virtud de esta autorización para dotar el plan de opciones para administradores, directivos y empleados, o en ejecución del mismo.*

**3.5 Beneficios y dividendos por acción.**

Véase apartado 2.17.2.

**3.6 Grupo de sociedades al que pertenece el emisor.**

La Sociedad no pertenece a ningún grupo de sociedades.

**3.7 Relación de sociedades participadas.**

La Sociedad no tiene filiales.

## **CAPÍTULO IV**

**CAPITULO IV**  
**ACTIVIDADES PRINCIPALES DEL EMISOR**  
**ÍNDICE DE CONTENIDOS**

- 4.1 INFORMACIÓN PRELIMINAR
- 4.2 INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES
  - 4.2.1 Origen y explicación del significado de Internet
  - 4.2.2 Servicios sobre Internet
  - 4.2.3 Evolución y negocios de Internet
  - 4.2.4 Situación actual y previsiones de crecimiento
  - 4.2.5 La Sociedad y el negocio de Internet
- 4.3 EVOLUCIÓN DE LA COMPAÑÍA
  - 4.3.1 La Fundación Red de Colegios Profesionales
  - 4.3.2 Los colectivos profesionales asociados al proyecto
  - 4.3.3 Alkhaid Technologies
  - 4.3.4 Integración de todos los elementos en un único proyecto
  - 4.3.5 Evolución de los usuarios de la Plataforma Recol
- 4.4 DESCRIPCIÓN DE LAS PRINCIPALES LÍNEAS DE NEGOCIO
  - 4.4.1 EL ENFOQUE-PORTAL (1996-FEBRERO 2000)
  - 4.4.2 EL ENFOQUE-PLATAFORMA [WWW.RECOL.ES](http://WWW.RECOL.ES)
    - A. Objetivos de servicio
    - B. Segmentación del canal profesional
    - C. Productos y servicios
      - c.1. Servicios Horizontales
      - c.2. Comunidades Verticales
      - c.3. P-Bank/Valor añadido para transacciones en Internet

D. Fuentes de ingresos de la Plataforma

E. Plan de comunicación

#### 4.5 ESTRUCTURA DE LA SOCIEDAD

4.5.1 Plataforma Técnica

4.5.2 Atención al profesional Usuario

4.5.3 Servicios profesionales contratados por la Sociedad

4.5.4 Componentes de costes de la Sociedad

4.5.5 Personal y otros costes de la Sociedad

4.5.6 Centros de operaciones

#### 4.6 MERCADOS Y COMPETENCIA

4.6.1 Internet en general y en España en particular. Perspectivas de desarrollo y evolución.

4.6.2 Los colegios profesionales como elemento básico del mercado

4.6.3 Competencia

#### 4.7 CIRCUNSTANCIAS CONDICIONANTES

4.7.1 Grado de estacionalidad del negocio

4.7.2 Patentes y marcas

4.7.3 Investigación y desarrollo

4.7.4 Litigios o arbitrajes

4.7.5 Interrupción de las actividades del emisor

4.7.6 Implementación de medidas de seguridad

4.7.7 Riesgos específicos adicionales del proyecto recol

4.7.8 Riesgos asociados a los mercados e infraestructura tecnológica de Internet.

4.7.9 Riesgos asociados a la incertidumbre legal

4.7.10 Relaciones contractuales con accionistas significativos

## 4.1 INFORMACIÓN PRELIMINAR

Toda la información financiera incluida en este capítulo se ajusta a la reflejada en el Capítulo V del presente Folleto Informativo y se añaden a ella balance y cuenta de pérdidas y ganancias auditados de la Sociedad a 31 de diciembre de 1999, así como los estados financieros de la Sociedad a 31 de marzo de 2000, que han sido objeto de revisión limitada. Para cualquier referencia más detallada a la información financiera de la sociedad, en términos reales y previsionales, cualquier inversor potencial debe dirigirse a los Capítulos V y VII del presente Folleto Informativo.

Desde la constitución de la Sociedad, el 13 de septiembre de 1999, se han producido numerosos desarrollos en el entorno Internet que este Capítulo reflejará, aunque no existen organismos oficiales que se dediquen a medir con la suficiente exactitud y precisión los cambios que se están experimentando en el sector, dada la diversidad de fuentes de procedencia de la información y la velocidad de los cambios producidos. En todo caso, y al objeto de que el potencial inversor pueda conocer la información en que basa sus perspectivas el emisor, señalar que todas las cifras, referencias o estimaciones de mercado que aparecen en el presente capítulo se basan en las siguientes fuentes: **AUI** (Asociación de Usuarios de Internet, [www.aui.es](http://www.aui.es)), la empresa **International Data Corporation** (IDC, [www.idc.com](http://www.idc.com)), las consultoras **eMarketer** o **Ernst&Young**, los estudios de **Salomon Smith Barney** (“Net Winners and Losers: the impact of the Internet on European Telecommunications”, de octubre de 1999), el Informe Anual 1999 sobre “Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información” elaborado por el **Grupo Zeta** con la colaboración de los operadores Retevisión y British Telecom y en los informes de mercado de **AECE** (Asociación Española de Comercio Electrónico).

La Sociedad no ha sido auditada en cuanto a su penetración en el mercado de las Plataformas de Contenidos a través de Internet por ningún organismo independiente, aunque prevé, en breve plazo, hacerlo a través de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), el Estudio General de Medios (EGM) y de diversas empresas de estudios de mercado. El inversor potencial debe ser consciente, tal y como se señala en el Capítulo 0 del presente Folleto Informativo de que este es un sector en proceso de cambio y expansión permanentes, en el que el concepto temporal de hacer negocios tiene un impacto completamente distinto al de otros sectores industriales o de servicios. Al objeto de que se familiarice con los términos que se encuentran normalizados en el sector, la Sociedad incluirá durante los próximos meses dentro su página web principal un amplio glosario para el desarrollo de su conocimiento de este mercado.

## 4.2 INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES

### 4.2.1 Origen y explicación del significado de Internet

Los orígenes de Internet se remontan a la década de los sesenta cuando nace como una red de datos desarrollada por el **Advanced Research Project Agency** (ARPA, cuya red en adelante se reconocerá como ARPANet), agencia compuesta por los laboratorios de investigación dependientes del Departamento de Defensa de los Estados Unidos en colaboración con empresas proveedoras de material militar y universidades, con el objetivo de crear redes de comunicaciones capaces de resistir un ataque nuclear.



En muy breve plazo las partes implicadas se dieron cuenta de la facilidad en las comunicaciones que esta red permitía; por ello, en 1962 se planteó por primera vez la idea de una red global de ordenadores que permitiera a sus usuarios acceder fácilmente a los datos y programas de otros ordenadores de la misma red. En 1964, Leonard Kleinrock, del *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), publicó un artículo sobre la teoría del *packet switching* (tecnología de conmutación por paquetes, cuya utilización es más eficiente ya que no necesita un circuito exclusivo para cada comunicación, sino que ésta se envía por paquetes, siendo una de las ventajas básicas que Internet procura). En 1965 se establecía una conexión entre el ordenador TX-2 en Massachusetts y el Q-32 en California, creándose así la primera *Wide Area Network* (WAN).

El primer nodo de comunicaciones en ARPANet se estableció en septiembre de 1969 con el *Network Measurement Center*, perteneciente a la universidad de UCLA. Poco más tarde se estableció un segundo nodo con el *Stanford Research Institute*. Así, a finales de 1969 había ya 4 nodos de comunicaciones conectados a la Red. El número de nodos siguió aumentando, y en los años 1971 y 1972 se estableció el *Network Control Protocol* (NCP), el cual permitía a los usuarios desarrollar aplicaciones dentro de la propia Red. El hito más relevante se produjo en 1972, cuando se envió el primer correo electrónico a través de ARPANet.

ARPANet era una sola red compuesta de un número limitado de nodos. La transición hasta lo que hoy en día conocemos como Internet se debió en gran parte al establecimiento de un nuevo protocolo que permitía la comunicación entre redes: el protocolo **TCP/IP**, *Transmission Control Protocol/Internet Protocol*, planteado por primera vez en 1974 por Bob Kahn y Vint Cerf del *Stanford Research Institute*. Este Protocolo debió adaptarse al crecimiento exponencial de las *Local Area Networks* (LAN) y de los ordenadores personales o PCs durante los años 80. En 1983 todas las redes incorporaban el protocolo TCP/IP. Nacía así Internet como una red de redes.

A finales de los años ochenta el **CERN** (laboratorio europeo de física de partículas) empezó a experimentar con un servicio que permitiría fácilmente acceder y visualizar los documentos almacenados en cualquier servidor conectado a Internet. El CERN desarrolló un protocolo estándar para comunicaciones sobre Internet llamado **HTML** (*hypertext markup language*) cuya ventaja residía en la posibilidad de intercambiar documentos de forma sencilla con soporte gráfico y añadir enlaces que puedan hacer referencia a otros documentos. Este protocolo HTML permite la creación e intercambio de documentos con un determinado formato gráfico (lo que conocemos como **página “web”**) que a su vez forman parte de una red enorme de páginas llama **WORLD WIDE WEB** (o WWW). La introducción de este protocolo contribuyó definitivamente a la popularización y masificación del intercambio de información y otros contenidos a través de Internet y que millones de nuevos servidores se incorporasen a ella.

Entre 1993 y 1995 se introdujeron significativas mejoras en las prestaciones de los navegadores o elementos de ayuda para la conexión, acceso y búsqueda de información del usuario en Internet. Primero *Mosaic* (1993) y después *Navigator* (1994-96) y *Explorer* (1997) se difundieron entre la gran mayoría de usuarios de Internet (o del WWW cuyo nombre ya era sinónimo de Internet). Con el desarrollo del WWW y de los navegadores, Internet tomó por fin la forma con la que actualmente la conocemos.

#### **4.2.2 Servicios sobre Internet**

Internet es una red integrada por múltiples redes de ordenadores situados en todo el mundo que usan como soporte para la comunicación las redes de telecomunicaciones públicas y

privadas de los países en los que se encuentran. En principio, a través de Internet, los usuarios finales pueden comunicarse entre sí, compartir y acceder a la información situada en ordenadores de todo el mundo. Los proveedores de acceso a Internet disponen de los medios técnicos y humanos para que los usuarios accedan a y tengan presencia en Internet.

Los medios de que disponen se basan en capacidad para recibir los accesos de su clientes y un medio (una línea de datos) para acceder desde las instalaciones del proveedor a los operadores de acceso internacional a Internet. Los medios técnicos se completan con ordenadores servidores destinados a albergar los distintos servicios que se ofrecen en Internet, como el correo electrónico, servidor de páginas web, servidor de noticias, de transferencia de ficheros, etc. Además, se necesitan equipos adicionales para redireccionar las peticiones de los clientes o usuarios y almacenar las direcciones de Internet y otros servicios.

Las principales actividades que se desarrollan en Internet pueden dividirse en tres grandes apartados, sin perjuicio de lo que sobre su evolución se señala más adelante:

#### *Intercambio de información*

Cualquier persona conectada a Internet tiene acceso a todos los servidores Web que hay en el mundo. La tarea de localizar la información relevante se facilita por directorios y buscadores, cuyos ejemplos más inmediatos podrían ser Yahoo, Excite, Lycos, etc.

#### *Comunicación*

Este ha sido quizá el uso más popular de Internet desde los primeros años de ARPANet. El correo electrónico (e-mail) se utiliza por casi el 100% de los usuarios de Internet. Existen también otras formas de comunicación: Chats (IRC, ICQ, etc.), conversación telefónica o servicios de voz, vídeo conferencias, etc.

#### *Comercio electrónico*

Internet facilita todo tipo de comercio electrónico (o puede llegar a facilitararlo: existen limitaciones para su extensión completa debido a la vigencia de altos precios, necesidades de prueba o visualización por parte de clientes, largos tiempos de espera, cadena logística no desarrollada, etc.). Existe ya una amplia gama de productos y servicios que se pueden comprar a través de Internet: libros, música, software, ordenadores, información, billetes de avión, comida o ropa.

### **4.2.3 Evolución y negocios de Internet**

La primera etapa evolutiva de prestación de servicios en Internet se concretó en la provisión de acceso a los usuarios a la red. De esta manera surgieron las compañías proveedoras de acceso a Internet o ISP (*Internet Service Providers*), cuya función principal es permitir la conexión a Internet de particulares y empresas.

Debido al rápido crecimiento de particulares y empresas conectados a la red, ésta empezó a llenarse de contenidos en forma de páginas web. El contenido, inicialmente de carácter puramente informativo, empezó a derivar hacia un enfoque más comercial e interactivo. El consiguiente incremento en la cantidad de información disponible obligó a establecer servicios con el objeto de indexar dicha información y facilitar a los usuarios la búsqueda de la información que deseaban. El encuentro entre proveedores de contenidos y usuarios se estableció, inicialmente, a través de lo que se conoce como buscadores que evolucionaron

hacia su configuración actual como portales. Los portales agregan multitud de contenidos que, de otra forma, el usuario habría de buscar por su cuenta en Internet.

El crecimiento del número de usuarios particulares y profesionales ha llevado inevitablemente a la aparición del comercio electrónico en la red, con transacciones a todos los niveles:

- empresas ofreciendo productos a particulares (*business to consumer o B2C*)
- particulares comerciando con particulares, por ejemplo a través de subastas de productos de segunda mano (*consumer to consumer o C2C*)
- empresas vendiendo y comprando productos a otras empresas (*business to business o B2B*)

#### **4.2.4 Situación actual y previsiones de crecimiento**

Internet es, después de la telefonía móvil, el fenómeno que más ha revolucionado el mundo de las telecomunicaciones, llegando a compararse con la revolución que representó el ordenador personal o las invenciones del telégrafo o la imprenta. Internet se ha convertido en el centro de innovación de las telecomunicaciones, tanto en términos de infraestructura como de aplicaciones.

La influencia de Internet sobre nuestro sistema social va a ser muy profunda al ser susceptible de producir cambios importantes en los comportamientos sociales. No sólo es información lo que una persona podrá transferir, sino que también abre la puerta a todo tipo de transacciones de carácter comercial, por ejemplo la Banca por Internet o el comercio electrónico, sin hablar de su influencia sobre el sector del entretenimiento o del ocio.

Lo que distingue a Internet de los servicios de telecomunicaciones básicas es la red de millones de ordenadores conectados a través de módems, que en el futuro próximo podrán ser conectados a través del teléfono móvil, de la televisión o de redes satelitales gracias a la progresiva introducción de las capacidades de banda ancha, y que esta interconexión permite la comunicación, el intercambio de información y el desarrollo de todo tipo de transacciones comerciales.

Esta red de redes está muy descentralizada y se apoya en todas las redes existentes. Los principales órganos de supervisión responsables de definir los estándares son: **IEFT** (*Internet Engineering Task Force*) y el **W3C** (*World Wide Web Consortium*). Pese a la falta de centralización, o quizá a causa de ello, las perspectivas sobre su evolución en general son francamente prometedoras. El Departamento de Comercio norteamericano estima que Internet y el comercio electrónico de ella derivado son el motor de su economía e impulsarán el crecimiento económico no inflacionario durante muchos años.

En 1994 sólo 3 millones de personas en el mundo utilizaban Internet, cifra que se transformó en 100 millones en 1998 y que se espera ascienda a 1000 millones de personas alrededor del 2005. El tráfico en Internet se ha estado doblando cada cien días y el comercio electrónico se estima aumente hasta entre 300.000 y 600.000 millones de dólares en el año 2002.

Este rápido incremento de la utilización y popularidad de Internet se debe en gran medida al aumento de la penetración de los ordenadores y los módems, al desarrollo de la WWW, la introducción de herramientas de navegación fáciles de usar y al incremento en el número de aplicaciones de información, comunicación, comercio y entretenimiento presentes en la red.

Los avances tecnológicos relativos a Internet han ocurrido rápidamente y es previsible que lo sigan haciendo, creando infraestructuras más robustas y rápidas, mejoras en la seguridad de las transacciones y en la confidencialidad de los datos transmitidos y un número creciente de servicios y contenidos de mayor valor añadido.

Internet se ha convertido en un medio atractivo para las inserciones publicitarias, que actualmente suponen la principal fuente de ingresos para las empresas proveedoras de contenidos y los portales. Internet permite a los anunciantes dirigirse a grupos demográficos o consumidores en localizaciones geográficas concretas. También les permite interactuar de manera más eficiente con los consumidores y capturar datos sobre hábitos de compra, preferencias y niveles o estacionalidad de las demandas de sus productos. Se estima un crecimiento anual compuesto de más del 50% en los próximos cuatro años de este tipo de publicidad, lo que contrasta con la publicidad en medios tradicionales, para la que se prevé un crecimiento anual compuesto del 5%

El crecimiento de uso de Internet está dando al mundo de los negocios y empresas una plataforma través de la cual llevar a cabo operaciones de comercio electrónico. Como antes hemos señalado, las transacciones pueden realizarse en diferentes ámbitos, coordinando empresas y consumidores. El mercado global de comercio electrónico se espera ascienda a aproximadamente 112 billones de pesetas en el año 2002, lo que implicará un crecimiento compuesto del 100% en los próximos dos años y medio, teniendo en cuenta que su cifra se elevaba a una cantidad próxima a los 6 billones de pesetas en el año 1998.

Internet está suponiendo una transformación decisiva en el mundo de las tecnologías de información y comunicaciones. Los cambios que propone se están extendiendo a ámbitos como la educación, la sanidad, la cultura, el entretenimiento, etc. (todos ellos relacionados con aspectos, elementos o hábitos importantes de nuestra vida). La Sociedad se propone realizar el esfuerzo necesario para integrar en dicho proceso a todos sus potenciales usuarios. No obstante, la evolución de Internet depende de factores de diverso signo, muchos de ellos fuera del control de la compañía. Es precisa una acción global integradora que contemple elementos como la necesidad de extender el uso de los ordenadores personales con módems y ampliar las infraestructuras existentes, la coordinación de las administraciones públicas nacionales y supranacionales en materia de incentivos para afrontar inversiones en estas tecnologías, la redefinición del marco legal o el planteamiento de un proyecto con capacidad de extensión geográfica a zonas de influencia como Latinoamérica. A estos efectos, el potencial inversor debe repasar lo analizado sobre los riesgos de la Sociedad en el contexto de mercado en que despliega sus actividades, desarrollados en el Capítulo 0 del presente Folleto así como lo que se dirá en el apartado 4.7 sobre circunstancias condicionantes que cierra este Capítulo IV.

No es fácil prever el futuro de este sector sin correr el riesgo de equivocarse debido al vértigo con el que se producen los cambios y novedades. Si bien es cierto que Internet ha sido el determinante o motor principal para la ruptura de las barreras de distancia o de limitación de recursos económicos, no podemos olvidar que los desarrollos en materia de infraestructuras y aplicaciones se producen a una velocidad de adaptación y sustitución altísima.

#### **4.2.5 La Sociedad y el negocio de Internet**

A modo de introducción preliminar, y sin perjuicio de lo que más adelante desarrollaremos, la Sociedad supone una evolución cualitativa en el posicionamiento de los proveedores de servicios en el entorno Internet, tanto en el nivel español como en el internacional. El conjunto de actividades, servicios prestados, medios técnicos utilizados, etc. que se han venido describiendo en este apartado son llevados a cabo por la Sociedad pero con un enfoque

cualitativamente distinto: así como la mayoría de empresas que han evolucionado desde la provisión de acceso hasta la introducción de contenidos han basado su estrategia en desarrollar servicios para extenderlos a comunidades virtuales, la Sociedad parte desde otro punto de vista: tiene un acceso privilegiado a comunidades a las que ofrecer servicios dedicados, específicos y que tienen incidencia sobre su desarrollo profesional, además de tener a su disposición el mejor vehículo posible (los Colegios y Asociaciones) para canalizar las mejoras de diseño de servicios y productos que dichos colectivos de profesionales requieran.

Recol no es un proveedor de acceso que haya evolucionado hasta un portal, sino que pretende ser un proyecto integrador de soluciones telemáticas globales para profesionales

La especificidad de la Sociedad, por tanto, se basa en desarrollar soluciones telemáticas para comunidades concretas con necesidades más complejas, sofisticadas y profundas que las de un usuario normal, y para las que Internet es algo más, definible como un elemento que les permite mejorar en su desarrollo profesional, crear “comunidad” y estar al tanto de los flujos informativos mundiales básicos en sus profesiones.

El mercado objetivo al que la Sociedad atiende y se dirige es el mundo del profesional, a través de una aproximación formal a sus preocupaciones y necesidades; no una aproximación en un solo sentido, en la que el profesional deba recibir algo de forma pasiva; Recol como Plataforma pretende ser eficientemente recíproca e interactiva; es el profesional el que determina el uso específico que quiere hacer de la Plataforma y el que exigirá a Recol incrementos en los grados de rigor y exigencia en productos y servicios. Por ello, la Sociedad integra entre sus promotores a un extenso grupo de Colegios Profesionales, Consejos de Colegios y Asociaciones Profesionales que han llegado a convenios de desarrollo de soluciones telemáticas con la Fundación Red de Colegios Profesionales, accionista de referencia de la compañía. Los colegios son los intermediarios idóneos en la diseminación de las soluciones propuestas por la Sociedad pues, a su vez, son conscientes de la necesidad de mantener un vínculo privilegiado de comunicación y transmisión de información con los colegiados que los componen.

La Sociedad se configura como uno de los principales proveedores de acceso y contenido interactivo para usuarios profesionales en el mundo de habla hispana y portuguesa. En la actualidad integra a 125.000 profesionales que acceden a servicios y contenidos en Internet a través de ella. En este momento los colectivos asociados al proyecto suponen más de 800.000 profesionales solamente en España, con amplias posibilidades de crecimiento cuantitativo y cualitativo a través de la extensión a otros colectivos de profesionales no integrados en la actualidad en España y de la extensión geográfica a Latinoamérica y el segmento profesional de habla hispana de los Estados Unidos de Norteamérica.

La Sociedad pretende consolidar su posición con una estrategia que combine:

- crecimiento orgánico mediante la mejora y ampliación de los productos y servicios que Recol ofrece en Internet
- crecimiento a través de acuerdos y adquisiciones de empresas en negocios clave de Internet que supongan elementos de valor añadido para los profesionales
- acceso a toda la cadena de valor potencial a través de la realización de inversiones estratégicas que le permitirán capturar valor en otras actividades actuales o futuras relacionadas con Internet

- aprovechamiento de las sinergias derivadas de la relación con los Colegios Profesionales, Consejos de Colegios, Asociaciones Profesionales y demás formas de agrupación de colectivos de profesionales, actuales y futuras

#### **4.3. EVOLUCIÓN DE LA COMPAÑÍA. DESDE LA SOCIEDAD PARA EL DESARROLLO DE LOS SERVICIOS TELEMÁTICOS COLEGIALES Y PROFESIONALES S.A. HASTA RECOL NETWORKS S.A.**

La Sociedad es una sociedad de reciente creación, constituida el 13 de septiembre de 1999. La empresa, sin embargo, es la suma de los esfuerzos en el sector de las tecnologías telemáticas de sus accionistas principales, la Fundación Red de Colegios Profesionales y Alkhaid Technologies.

A continuación, señalamos las cifras más significativas de la Sociedad (balance de situación y cuenta de pérdidas y ganancias) en el tiempo que media desde su constitución hasta el 31 de diciembre de 1999, que han sido debidamente auditadas, así como la revisión limitada de cuentas llevada a cabo por los auditores de la Sociedad sobre los estados financieros a 31 de marzo de 2000. Cabe indicar que su representatividad, en función del grado de desarrollo del negocio en dicho momento, es relativamente baja:

Balance de situación a 31 de marzo de 2000 y a 31 de diciembre de 1999

ACTIVO	Miles de Pesetas	
	31-12-99	31-03-00
<b>INMOVILIZADO:</b>		
<b>Gastos de establecimiento</b>	<b>95</b>	<b>17.307</b>
<b>Inmovilizaciones inmateriales</b>	<b>28.048</b>	<b>187.462</b>
Coste	29.402	192.885
Amortización acumulada	(1.354)	(5.423)
<b>Inmovilizaciones materiales</b>	<b>3.041</b>	<b>10.080</b>
Coste	3.087	10.433
Amortización acumulada	(46)	(353)
<b>Inmovilizaciones financieras</b>	<b>4.000</b>	<b>4.000</b>
<b>Total inmovilizado</b>	<b>35.184</b>	<b>218.849</b>
<b>GASTOS A DISTRIBUIR :</b>	-	<b>349.626</b>
<b>ACTIVO CIRCULANTE:</b>		
<b>Deudores-</b>	<b>14.106</b>	<b>162.845</b>
Deudores varios	2.820	7.196
Administraciones Públicas	11.286	155.649
<b>Tesorería</b>	<b>142.881</b>	<b>762.014</b>
<b>I.F.T.</b>	<b>14.070</b>	<b>14.070</b>
<b>Ajustes por periodificación</b>	<b>56</b>	-
<b>Total activo circulante</b>	<b>171.113</b>	<b>938.929</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>206.297</b>	<b>1.507.404</b>

PASIVO	Miles de Pesetas	
	31-12-99	31-03-00
<b>FONDOS PROPIOS:</b>		
<b>Capital suscrito</b>	<b>10.000</b>	<b>1.687.864</b>
<b>Resultados negativos ejercicios anteriores</b>		<b>(76.189)</b>
<b>Pérdidas del período</b>	<b>(76.189)</b>	<b>(522.958)</b>
<b>Total fondos propios</b>	<b>(66.189)</b>	<b>1.088.717</b>
<b>ACREEDORES A CORTO PLAZO:</b>		
<b>Acreeedores comerciales</b>	<b>57.815</b>	<b>402.822</b>
<b>Otras deudas no comerciales-</b>	<b>214.671</b>	<b>15.865</b>
Administraciones Públicas	3.841	12.898
Otras deudas	210.830	2.967
<b>Total acreedores a corto plazo</b>	<b>272.486</b>	<b>418.687</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>206.297</b>	<b>1.507.404</b>

Cuenta de pérdidas y ganancias a 31 de marzo de 2000 y a 31 de diciembre de 1999

	Miles de Pesetas	
	31-12-99	31-03-00
<b>Ingresos de Explotación:</b>		
Importe neto de la cifra de negocios	-	-
<b>Gastos de Explotación:</b>		
Gastos de personal	3.966	32.539
Dotaciones para amortizaciones del inmovilizado	1.405	4.777
Otros gastos de explotación	55.843	485.662
	<b>61.214</b>	<b>522.978</b>
<b>PÉRDIDAS DE EXPLOTACIÓN</b>		
Ingresos financieros	25	27
Gastos financieros	-	7
<b>Resultados Financieros Positivos</b>	<b>25</b>	<b>20</b>
<b>PÉRDIDAS DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS</b>	<b>61.189</b>	<b>522.958</b>
Ingresos Extraordinarios	-	-
Gastos extraordinarios	15.000	-
<b>Resultados Extraordinarios Negativos</b>	<b>15.000</b>	<b>-</b>
<b>PÉRDIDAS DEL PERÍODO</b>	<b>76.189</b>	<b>522.958</b>

El informe especial de revisión limitada emitido por Arthur Andersen y Cía., S.Com., sobre los estados financieros de la Sociedad a 31 de marzo de 2000 hace constar que a 31 de marzo de 2000 “la Sociedad no había generado todavía ingresos de explotación por encontrarse en fase de lanzamiento del servicio, habiendo incurrido, por tanto, en pérdidas que han disminuido el patrimonio neto de la Sociedad por debajo del 66% del capital suscrito y, en consecuencia, la Sociedad incurría en causa de disminución obligatoria de capital, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 163 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas. En este sentido, sigue el citado informe, la continuidad de la Sociedad dependerá en gran medida del grado de cumplimiento de los planes de negocio previstos, así como del mantenimiento en el apoyo financiero de sus accionistas. Debe destacarse que, con carácter previo a la emisión del informe especial de revisión limitada de estados financieros, con fecha 17 de febrero de 2000, la Junta General Extraordinaria de Accionistas aprobó la realización de tres futuras ampliaciones de capital por un importe conjunto de 1.223.892 miles de pesetas, de las cuales una de ellas por importe de 807.927 miles de pesetas está previsto que tenga lugar en el plazo de un año desde la fecha de celebración de dicha Junta. La materialización de dichas ampliaciones de capital permitirán el restablecimiento del equilibrio patrimonial.”

La Sociedad se constituyó con la denominación Sociedad Para el Desarrollo de los Servicios Telemáticos Colegiales y Profesionales, SA (SDSTCP), denominación descriptiva del conjunto de sus actividades y su ámbito de mercado. SDSTCP surge con el objeto de satisfacer las necesidades profesionales de los colegiados y asociados respecto de los nuevos recursos y aplicaciones que se ofrecían en la red Internet. Un análisis de su evolución puede sintetizarse de acuerdo con la evolución experimentada por sus principales accionistas en el sector Internet.



#### **4.3.1 La Fundación Red de Colegios Profesionales**

La Fundación Red de Colegios Profesionales (en adelante la “Fundación”) se creó bajo su forma actual en 1996 como amalgama de colectivos profesionales con el fin de promover la utilización de las nuevas tecnologías telemáticas y de desarrollar la infraestructura, aplicaciones y servicios que permitiesen lo anterior.

La Fundación, en su idea original, se gestó a finales de 1994 en una comisión intercolegial formada por el Colegio Oficial de Ingenieros Aeronáuticos de España, el Colegio de Farmacia de Madrid y el Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos. Esta comisión se transformó en 1996 en la Fundación Red de Colegios Profesionales, debido a que hasta entonces la citada comisión dependía financieramente de los presupuestos del Colegio Oficial de Ingenieros Aeronáuticos y que el perfil fundacional, abierto y públicamente transparente, ofrecía un vehículo jurídicamente adecuado para la integración de todas las voluntades.

Actualmente la Fundación agrupa numerosos colegios profesionales y actúa como un foro para el desarrollo de las inquietudes de sus asociados en los elementos relativos a Internet que les afectan. La Fundación consolida su relación con los diferentes colectivos profesionales a través de la suscripción de convenios de colaboración específicos con cada colectivo.

La Fundación tiene entre sus fines fundacionales el fomento de la innovación, el desarrollo, la implantación, promoción y formación de las técnicas informáticas, especialmente las dedicadas a la ciencia y sus aplicaciones, la gestión empresarial y, en general, el patrocinio de actividades relacionadas con el sector de la telemática (telecomunicaciones e informática).

De este modo, la Fundación agrupa en su seno a múltiples asociaciones y colegios profesionales, así como Consejos de Colegios Profesionales, a los que ofrece diversos servicios con finalidad cultural, docente y de interés general promoviendo asimismo el estudio y desarrollo de nuevas tecnologías informáticas y de telecomunicaciones que pudieran mejorar los servicios que ofrece a los colegios profesionales a ella adscritos.

Esta idea tenía su base argumental en que las oportunidades que estaban surgiendo relacionadas con el uso de la telemática, y en particular de la red Internet, hacían que el conocimiento de estas nuevas tecnologías con detenimiento fuera un requisito insoslayable para poder aprovechar sus potencialidades y su posible aplicabilidad al ámbito profesional.

Dicho proyecto dio origen a un nodo de comunicaciones en Internet que permite la conexión a usuarios individuales vía red telefónica conmutada e igualmente la conexión de servidores con acceso directo al nodo. Igualmente, en el ámbito del proyecto, se desarrollaron las capacidades necesarias para crear y mantener los programas que soportaran la información y los servicios que la Fundación y sus Colegios Asociados tenían la intención de poner a disposición de sus Asociados y Colegiados.

De este modo, mediante la firma de estos convenios la Fundación permite el alojamiento de las páginas de información Web de los colegios o asociaciones adscritos en uno de los servidores de la Fundación y que todos los colegiados de cada colegio o asociación tengan acceso a la red Internet de forma individualizada y gratuita con las características de seguridad y registro de uso necesarias.

La Fundación, a través de dichos convenios, se compromete a mantener el ancho de banda apropiado para el uso de la red Internet por parte de los usuarios que utilizan sus servidores para acceder a ella, con el añadido de que dichas conexiones podrán realizarse desde cualquier

lugar de España sin mas sobre coste que el repercutido por el operador telefónico en el acceso Infovía-Plus. La velocidad de conexión será siempre la máxima que el sistema Infovía-Plus permita o aquel que le sustituya en condiciones óptimas de mercado. Otras ventajas para los colegiados derivadas del convenio suscrito residen en que cada colegiado dispone de dos buzones de correo electrónico y 5 Mb de espacio Web personal, solamente limitado por el código deontológico profesional.

#### **4.3.2 Los colectivos profesionales asociados al Proyecto**

En la actualidad, los Colegios, Asociaciones y Consejos de Colegios Profesionales que colaboran a través del desarrollo de los contenidos de sus convenios con la Fundación son los que se señalan en el **Anexo 3** del presente Folleto Informativo.

No obstante, la Fundación y la Sociedad desarrollan una intensa y constante tarea de captación de nuevos colectivos asociados al Proyecto. Cabe señalar que en los últimos dos meses, más de diez colectivos se han convertido en asociados, siendo la incorporación más relevante la de la Organización Médica Colegial o Consejo General de Colegios Oficiales de Médicos a finales del pasado mes de enero. Indicar, por último que no es una alternativa estratégica de la Sociedad dirigirse, en esta fase del proyecto, a colectivos de profesionales no asociados o a profesionales individuales. La Sociedad considera que la clave del éxito de su proyecto ha residido y seguirá residiendo en la colaboración, coordinación y desarrollo conjunto de servicios conjuntamente con los Colegios y Asociaciones Profesionales.

#### **4.3.3 Alkhaid Technologies S.L.**

Si la Fundación puede ser considerada el motor institucional del proyecto que se ofrece al público y los Colegios y Asociaciones Profesionales los intermediarios para el desarrollo del canal de distribución de las nuevas ideas, Alkhaid Technologies S.L. (“Alkhaid”) ha sido, desde sus orígenes, el motor tecnológico que ha permitido mantener la estabilidad del sistema desde el punto de vista técnico, y es accionista de referencia de la Sociedad.

Desde el comienzo de las actividades de la comisión intercolegial antes referida se decidió subcontratar la operación del nodo de acceso a Internet y de sus servicios a Alkhaid. Alkhaid fue creada en 1993 para gestionar el nodo de acceso a Internet de los profesionales del Colegio Oficial de Ingenieros Aeronáuticos de España, verdadero pionero en la introducción en España de soluciones telemáticas colegiales. En 1995 este servicio se amplió a los miembros de los Colegios Profesionales de Ingenieros de Caminos y de Farmacia de Madrid, y en 1996 con la creación de la Fundación, el servicio se ofreció a todos los colectivos profesionales.

Los servicios que ha venido prestando Alkhaid a la Fundación a lo largo de estos cuatro años y que se explican más adelante pueden resumirse como sigue:

- Acceso gratuito a Internet.
- Correo electrónico.
- Hospedaje de las páginas de información de los Colegios Profesionales y Asociaciones.
- Mantenimiento informático del nodo.
- Apoyo técnico al usuario.

- Servicio de información profesional a través de Internet.
- Elaboración de proyectos de desarrollo telemático para empresas.
- Desarrollo de aplicaciones que faciliten los trabajos profesionales a distancia (teletrabajo).

El número de profesionales conectados a través del nodo de comunicaciones de Alkhaid ascendía, en septiembre de 1999, a aproximadamente 60.000 usuarios. Ello significaba una conexión media aproximada que alcanzaba los 10 millones de minutos mensuales (datos de tráfico inducido auditados por Telefónica). Estos datos venían a significar que la Red de Colegios Profesionales era, entonces y en potencia, uno de los mayores nodos de acceso a Internet en España.

La Sociedad ha contratado a Alkhaid, accionista de referencia de la Sociedad y empresa que ha desarrollado la estructura del negocio desde el punto de vista técnico, para la provisión de la gran mayoría de los Servicios Técnicos que requiere en el desarrollo de su plan de negocio.

En virtud de dicho contrato, Alkhaid ofrecerá a los usuarios de Recol conexión gratuita a Internet, proporcionará a Recol el ancho de banda necesario para sus comunicaciones, se encargará del hospedaje de la plataforma, desarrollará y adquirirá los recursos técnicos (software y hardware, incluidos los servidores) necesarios para el desarrollo del plan de negocio de Recol, y realizará las labores de mantenimiento de dichos Recursos Técnicos. Adicionalmente, Recol y Alkhaid se han comprometido a cooperar en la actualización, adaptación y mejora constante de los servicios previstos en el contrato que les une a través de comisiones de seguimiento permanente de las soluciones tecnológicas ofrecidas. Existe una detallada descripción del contenido de este contrato en el apartado 6.2.2.2 del Capítulo VI del Folleto Informativo.

#### **4.3.4 La integración de todos los elementos en un único proyecto**

Recol pretende ser una referencia única, distintiva y con altos estándares de calidad para el colectivo profesional español en sentido amplio y de habla hispana en Internet. Recol pretende, asimismo, crear una comunidad virtual en la que el Colegio y el Profesional puedan acceder a Internet utilizando una serie de herramientas telemáticas útiles, atractivas, eficaces y, además, gratuitas.

El paso de la idea al proyecto real exigió de los responsables de la Fundación y de Alkhaid la puesta en común de sus conocimientos de gestión colegial y de prestación de servicios telemáticos así como la evaluación de la experiencia realizada, a lo largo del verano de 1999. La idea, tal y como se diseñó y ahora se pone en práctica, consistía en integrar como accionistas de una Plataforma en Internet no sólo a los Colegios y Asociaciones que venían colaborando con la Fundación y recibiendo los servicios de Alkhaid, sino también a los propios usuarios profesionales que venían disfrutando de los servicios antes indicados, así como a todos aquellos pertenecientes a los colegios o asociaciones adscritos.

Las razones que motivaron este rumbo estratégico pueden resumirse en las siguientes:

- falta de recursos por parte de los Colegios y Asociaciones para acometer planes telemáticos que fidelizaran en este entorno a sus asociados y colegiados
- demanda creciente de servicios de Internet y telemáticos en general y percepción de la extensión de dicha demanda hacia las soluciones profesionales

- los Colegios y Asociaciones podían perder el valor añadido relacional y de futuro que el entorno Internet ofrece para con sus colegiados y asociados
- creciente oferta de acceso y contenidos en Internet por parte de operadores de telecomunicaciones tradicionales
- la nueva sociedad se convertía en una “arma” colegial con capacidad de decisión, flexible, rápida y adaptable a cualquier cambio

Recol se configura, pues, como una Plataforma abierta a todos los colectivos profesionales que deseen desarrollar sus planes telemáticos a un coste accesible y con la más alta calidad que el mercado ofrece.

El objetivo de la Sociedad es que los profesionales encuentren en su Plataforma la fuente de satisfacción de todas sus necesidades de información profesional y demás servicios de este carácter (elementos “verticales”), y también cualquier otra información o gestión que tuvieron como ciudadano normal (noticias, motores de búsqueda, correo electrónico, medios de pago, viajes, comercio electrónico y demás elementos “horizontales” o comunes a todas las comunidades de profesionales). Para ello, bajo la dirección y coordinación del Departamento de Desarrollo Tecnológico (dependiente del Vicepresidente de Desarrollo Estratégico como más adelante se incluye en el organigrama funcional de la compañía), la Sociedad investigará y desarrollará estos productos y servicios de valor añadido de la mano de los colegios y asociaciones, no sólo como accionistas, sino también como usuarios.

#### 4.3.5 Evolución de los usuarios de la Plataforma Recol

En este apartado incluimos, como información específica, el volumen de usuarios generadores de tráfico a través del antiguo portal desde el mes de abril de 1997 hasta el mes de marzo de 2000. Señalar al inversor potencial que las cifras que aparecen a continuación reflejan un crecimiento en términos absolutos a lo largo del período analizado de 116.659 usuarios y, en términos porcentuales, del 1.400%.

<u>Año y mes</u>	<u>Número Usuarios</u>	<u>Año y mes</u>	<u>Número Usuarios</u>
Total Abr-97	8.341	Total Oct-98	25.751
Total May-97	8.926	Total Nov-98	26.871
Total Jun-97	9.908	Total Dic-98	29.170
Total Jul-97	10.606	Total En-99	31.512
Total Ag-97	11.130	Total Feb-99	33.696
Total Sep-97	11.711	Total Mar-99	36.758
Total Oct-97	12.927	Total Abr-99	38.598
Total Nov-97	13.953	Total May-99	40.093
Total Dic-97	14.725	Total Jun-99	41.076

Total En-98	15.796	Total Jul-99	55.504
Total Feb-98	16.780	Total Ag-99	56.135
Total Mar-98	18.476	Total Sep-99	64.292
Total Abr-98	19.314	Total Oct-99	79.738
Total May-98	20.897	Total Nov-99	85.596
Total Jun-98	21.911	Total Dic-99	91.151
Total Jul-98	22.890	Total En-00	93.160
Total Ag-98	23.114	Total Feb-00	105.000
Total Sep-98	24.244	Total Mar-00	125.000

El término usuario incluye a las personas que utilizan el nodo de comunicaciones de la Sociedad, tanto para navegar por la propia Plataforma como para acceder desde ella a la Red Internet. A dichas cuentas de acceso y conexión se les vincula automáticamente una cuenta gratuita de correo electrónico “@recol.es”. En la actualidad, la Sociedad cuenta con 125.000 cuentas de acceso y conexión a Internet que utilizan el nodo de comunicaciones de la Sociedad..

#### **4.4 DESCRIPCIÓN DE LAS PRINCIPALES LÍNEAS DE NEGOCIO**

La descripción adecuada de las líneas de negocio que desarrolla el emisor pasa por la correcta comprensión de la evolución conceptual, técnica y estratégica que ha llevado a cabo (y continúa haciendo al tratarse de un proceso dinámico y evolutivo) en los últimos seis meses la Sociedad.

Si antes hemos descrito cómo se han integrado las prestaciones de sus accionistas actuales (Fundación, Alkhaid) y potenciales (Colegios, Asociaciones) en un único proyecto, en este apartado vamos a describir cómo ha evolucionado el núcleo de productos y servicios básico desde un portal tradicional (al estilo Terra, MSN o Yahoo) hasta una Plataforma Matricial de Contenidos Específicos. De este modo, al estar analizando una empresa en términos dinámicos, el potencial inversor en las acciones objeto de la presente oferta debe ser consciente de la rapidez con la que se ejecutan los cambios, pero que su ejecución ha sido llevada a cabo tras un proceso de desarrollo estratégico largo y reflexionado suficientemente.

##### **4.4.1 EL ENFOQUE UTILIZADO POR ALKHAID Y LA FUNDACIÓN- EL “PORTAL” RECOL 1 (1996-FEBRERO 2000)**

El Modelo de negocio básico que la Fundación con la prestación técnica de Alkhaid ofrecía en Internet a través de su antiguo Portal (a los efectos de este apartado será denominado Recol 1) tenía, conceptualmente, la intención de ofrecer servicios para los profesionales que utilizan Internet como herramienta relacionada con su carrera profesional.

Recol 1 no sólo ofrecía un acceso gratuito a Internet (algo que la Fundación había venido promoviendo como ventaja estratégica desde el verano de 1996), sino que también ofrecía un servicio de correo electrónico a los usuarios y gran parte de la información y productos interactivos que cada profesional necesitaba para el desarrollo de su profesión.

El conjunto de servicios que se ofrecían en Recol 1 era el siguiente, sinópticamente y al margen del acceso gratuito a Internet:

- Correo electrónico.

- Hospedaje de las páginas de información de los Colegios Profesionales y Asociaciones.
- Mantenimiento informático del nodo.
- Apoyo técnico al usuario.
- Servicio de información profesional a través de Internet.
- Elaboración de proyectos de desarrollo telemático para Colegios y Asociaciones Profesionales
- Desarrollo de aplicaciones que facilitaran los trabajos profesionales a distancia (teletrabajo).

Al lanzar el acceso gratuito de un nuevo usuario, el disco configura al buscador para que [www.recol.es](http://www.recol.es) (nombre del dominio en Internet que se ha trasladado a la nueva Plataforma) sea la página de inicio. La página de inicio es la página que se abre o aparece en el momento que se hace la conexión a Internet. Los usuarios cuya página de inicio es [www.recol.es](http://www.recol.es) son usuarios de la Plataforma (verán la publicidad de los anunciantes generales o tradicionales, y dispondrán de acceso a los productos y servicios a su alcance a través del Portal).

Recol 1 ofrecía a sus usuarios el servicio de acceso gratuito a Internet a través de InfoVía Plus, utilizando los servicios de Telefónica. El servicio se proporcionaba a través de líneas analógicas y líneas digitales RDSI. En el primer caso el usuario necesitaba un módem y en el segundo una tarjeta de acceso digital.

El servicio de acceso ofrecido por Recol 1 iba más allá de la simple conexión a Internet. El servicio incluía buzones de correo electrónico y espacio para que los usuarios diseñasen sus propias páginas web. Este modelo de acceso ha sido extraordinariamente perfeccionado en la nueva Plataforma, con la posibilidad para el usuario de recibir servicios como el “roaming” (conexión desplazándose fuera de su propio país).

Al margen de determinados servicios (desarrollos de planes telemáticos específicos para colegios, fundamentalmente) que constitúan ingresos por servicio realizado, el conjunto de los servicios era, en líneas generales, gratuito y sostenido a través de aportaciones por parte de la Fundación y los colegios adscritos.

La fuente principal de ingresos residía en el tráfico inducido que generaba el acceso ofrecido por Recol 1 a través de InfoVía Plus. Para comprender este concepto, indicar que durante la conexión a Internet el usuario realiza una llamada sobre la red de telefonía fija, por la cual el usuario paga una cantidad (en función del tiempo de conexión a Internet) al operador de la red de telefonía fija. El operador de la red revierte una parte de esos ingresos al operador de la red de datos en concepto de tráfico inducido. Tanto en Recol 1 como en el proyecto actual, los ingresos por tráfico inducido son percibidos por Alkhaid, como operador de la red, que deducía dicho importe de los gastos a abonar por Recol, lo que en la práctica supone trasladar a Recol los ingresos generados por el tráfico inducido. Existía, asimismo, un número limitado de ingresos procedentes de fuentes tradicionales como la venta de publicidad a través de banners aparecidos en las páginas web o venta de acciones de patrocinio tanto on-line como a través de canales publicitarios tradicionales. La cuantía de estos ingresos era muy limitada y, normalmente, se incluía gratuitamente el banner del operador de telecomunicaciones

(Telefónica) como compensación de sus ingresos potenciales por el tráfico inducido por el portal.

De este modo, la estrategia dominante estaba conformada por dos líneas de acción: incrementar el número de usuarios e incrementar el promedio de uso de los usuarios conectados a través de Recol 1, capturándoles gracias al desarrollo, siquiera incipiente, de contenidos específicos.

Cabe señalar, por tanto, que el conjunto, limitado, de servicios ofrecidos (no se daban las condiciones para efectuar transacciones de comercio electrónico) no se prestaba bajo el esquema organizativo o de empresa adecuado, sino que se basaba en una estrategia de involucración futura de los elementos que resultarían idóneos en el nuevo marco estratégico, así como en el progresivo diseño de los factores de soporte de las necesidades futuras de lo que, siendo en esencia un Portal, debía evolucionar hacia una Plataforma integrada.

Recol 1, pese a sus limitaciones, ofreció la posibilidad de empezar el desarrollo de lo que sería SDSTCP (y más adelante Recol.es) sobre una base de aproximadamente 60.000 usuarios profesionales conectados al nodo de comunicaciones de la Fundación así como servicios de hospedaje para alrededor de 300 páginas web de diferentes colegios, asociaciones y profesionales individuales (en todo caso, este elevado número de usuarios se había conseguido con un esfuerzo de marketing muy limitado donde los usuarios tuvieron que contactar con cada Colegio o Asociación para conseguir la conexión al sistema.).

De cualquier modo, los responsables de la Fundación siempre fueron conscientes de la potencialidad de usuarios que habían, si así cabe decirlo, “descubierto”, pero eran a su vez conscientes de que se trataba de un perfil de usuario distinto, más sofisticado y exigente que el usuario normal, más informado y atento a los desarrollos del sector. Ésta es la razón básica que condujo a generar el proyecto tal y como se indica en los apartados anteriores.

Así es, debido a que el mercado potencial de Internet se había desarrollado considerablemente y los Colegios Profesionales miembros de la Fundación habían solicitado un abanico de nuevos servicios basados en Internet, el Patronato de la Fundación decidió la creación de una nueva Sociedad, participada mayoritariamente por la propia Fundación, sus Colegios asociados y Alkhaid, con el fin de agrupar todos los servicios adicionales a lo que es puramente la conexión de acceso a Internet o los servicios de comunicación ofrecidos por Alkhaid. Esta compañía se denominó en un principio Sociedad para el Desarrollo de Servicios Telemáticos y Profesionales S.A., y opera con el dominio de Internet recol.es. En su momento el uso de Recol 1, si bien cubría las prestaciones básicas de conexión a Internet, publicación “Web”, correo electrónico, etc., no podía considerarse óptimo para el perfil de usuario identificado.

#### **4.4.2 EL NUEVO ENFOQUE ESTRATÉGICO-“PLATAFORMA” RECOLES A TRAVÉS DE LA SOCIEDAD**

##### **A. Objetivos de servicio**

Como ya hemos señalado repetidamente, la Sociedad se configura como una empresa que desarrolla productos y servicios en Internet dirigidos, en exclusiva, a colectivos profesionales. Pretende, por tanto, ser una referencia de primer grado para el colectivo profesional en Internet, con una misión de empresa definida por los siguientes elementos:

- investigación y desarrollo de productos y servicios de alto valor añadido en conjunto con

los Colegios y Asociaciones profesionales asociados y en beneficio de los profesionales que los componen

- aportación de valor añadido entre el Colegio y el Colegiado o la Asociación y el asociado utilizando el medio Internet
- entrega al profesional de los mejores productos, servicios, recursos y ofertas del mercado
- ampliación y consolidación de la red de profesionales en España y en Latinoamérica
- excelencia en sus prestaciones y en la atención a sus usuarios
- rentabilidad a medio plazo del negocio propuesto

En este apartado describimos algo parecido a la ejecución dinámica de un plan de negocio que se está llevando a cabo en este mismo momento. Todos los elementos que se señalarán son elementos presentes en la Plataforma, y se indicará cuándo un servicio está en su fase de desarrollo. Decir, con carácter previo, que todos los servicios genéricos básicos que se indicaban en 4.4.1 (Recol 1) han sido integrados, mejorados y desarrollados en la estructura de la Plataforma.

## **B. La segmentación del canal profesional**

Para que el potencial inversor evalúe el acierto estratégico en el diseño de los planes de la Sociedad, es preciso comenzar por una explicación de la segmentación por comunidades observada en la Plataforma Recol una vez se accede a ella. El mercado de los profesionales en España se configura, en principio, como agrupaciones territoriales a diferentes escalas (provincial, regional y nacional) cuyo objetivo es velar por el respeto a los intereses de su profesión y de aquellos que la ejercen. No existe ley o procedimiento normativo común que les obligue a agruparse de una determinada manera o que defina su estructura de manera obligatoria o vinculante. Se tratan de entidades de derecho público que agrupan intereses para obtener una representatividad mayor ante los poderes públicos y para constituir un reflejo en la Sociedad de su profesión más adecuado.

Existen dos tipos de colegios en una primera clasificación:

- aquellos que deben certificar al colegiado para que pueda ejercer su profesión
- aquellos que sólo agrupan a la “profesión” para representar, potenciar, apoyar y crear un colectivo de influencia en el territorio que representa

Aunque más adelante describiremos la relevancia de los Colegios como elemento del mercado en el que Recol compite cabe señalar que el número total aproximado de Colegios o Asociaciones Profesionales en España supera la cifra de 1500, lo que da una idea de la amplia oportunidad que representa el mercado potencial y de las necesidades de llevar a cabo su captación a través de estrategias de marketing y publicitarias. Con este objetivo (fijar criterios de captación) y con la necesidad de fijar criterios de valoración comercial de los colectivos a la hora de medir su contribución potencial a los ingresos de la compañía, se ha llevado a cabo una segmentación del universo profesional de la siguiente manera:

- Profesionales de la Salud; grupo de segmentación al que se le atribuyen dos niveles. El primero compuesto por los profesionales de Farmacia, Medicina, Odontología y



Veterinaria. El segundo por profesionales de Enfermería, Fisioterapia, Logopedia, Podología y Terapia Ocupacional.

- Profesionales de Ciencias Experimentales, grupo al que se le atribuyen tres niveles a la hora de enfocar estrategias de captación y rendimiento. El nivel 1 de estos profesionales estaría compuesto por Biología, Ciencias del Mar, Física, Geología, Matemáticas y Química. El nivel 2 por profesionales de Estadística, Nutrición Humana y Dietética y Óptica y Oprometría. El nivel 3 por profesionales de Bioquímica, Ciencia y Tecnología de los Alimentos, Ciencias y Técnicas Estadísticas y Enología.
- Profesionales de Humanidades, grupo en el que se identifican dos niveles, correspondiendo el primero de ellos a Bellas Artes, Filosofía, Filología, Geografía, Historia, Historia del Arte, Humanidades y Traducción e Interpretación. El segundo de dichos niveles está compuesto por profesionales de Antropología Social y Cultural, Historia y Ciencias de la Música, Lingüística y Teoría de la Literatura y Literatura Comparada.
- Profesionales de Ciencias Sociales y Jurídicas, divididos en tres niveles, en el primero de los cuales se hallarían profesionales pertenecientes a alguna de las siguientes profesiones: Administración y Dirección de Empresas, Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, Ciencias Políticas y de la Administración, Comunicación Audiovisual, Derecho, Economía, Pedagogía, Periodismo, Psicología, Publicidad y Relaciones Públicas y Sociología. El segundo nivel lo compondrían los profesionales de Biblioteconomía y Documentación, Educación Social, Gestión y Administración Pública, Maestría, Relaciones Laborales, Trabajo Social y Turismo. Finalmente el nivel 3 estaría compuesto por las Ciencias Actuariales y Financieras, Documentación, Investigación y Técnicas de Mercado y Psicopedagogía.
- Profesionales Técnicos, diferenciados en tres niveles en el primero de los cuales se hallarían profesionales pertenecientes a las siguientes profesiones: Arquitectura, Ingeniería Aeronáutica, Ingeniería Agrónoma, Ingeniería de Caminos, Canales y Puertos, Ingeniería de Minas, Ingeniería de Montes, Ingeniería de Telecomunicaciones, Ingeniería Informática, Ingeniería Geológica, Ingeniería Industrial, Ingeniería Naval y Oceánica e Ingeniería Química. El nivel 2 compuesto por Arquitectos Técnicos, Ingenieros Técnicos Aeronáuticos, Ingenieros Técnicos Agrícolas, Ingenieros Técnicos de Minas, Ingenieros Técnicos de Obras Públicas, Ingenieros Técnicos de Telecomunicaciones, Ingenieros Técnicos en Diseño Industrial, Ingenieros Técnicos en Informática, Ingenieros Técnicos en Topografía, Ingenieros Técnicos Forestales, Ingenieros Técnicos Industriales e Ingenieros Técnicos Navales. El nivel 3 está compuesto por profesionales del ámbito de Máquinas Navales, Navegación Marítima, Radioelectrónica Naval, Ingenieros en Organización Industrial, Ingenieros en Geodesia y Cartografías, Ingenieros en Electrónica, Ingenieros de Materiales e Ingenieros en Automática y Electrónica Industrial.

Esta segmentación se ha hecho con el objeto de identificar grupos con mayor potencial generador de ingresos para la Sociedad en función tanto de la importancia que para dichos grupos tienen las soluciones telemáticas como del número de colegiados existentes en España. Una vez segmentados, los esfuerzos comerciales y de marketing se realizan de modo más eficiente en términos de alcance y enfoque y se incrementan las posibilidades de obtener masa crítica de usuarios y de crear barreras de entrada para potenciales entrantes. Los servicios que a continuación van a describirse se han diseñado para adaptarse de manera específica al universo de usuarios objetivo y a cada comunidad en particular.

## C. Productos y servicios

La Plataforma Recol tiene una estructura matricial (servicios horizontales-servicios específicos verticales para cada comunidad) y está compuesta por tres líneas básicas de diseño estratégico de servicios: por un lado las **comunidades verticales** desarrolladas de forma específica por y para cada colectivo profesional asociado. Por otro, las comunidades compartirán una serie de **servicios horizontales estratégicos** que, en el futuro se especificarán o se adaptarán según las necesidades de cada comunidad vertical. Por último, la Plataforma cuenta con un sistema facilitador de transacciones en Internet que se conoce como **P-Bank**.

El nivel actual de desarrollo de los servicios de la Plataforma, en términos porcentuales, equivale a un 80% de los servicios y las herramientas de software en el marco de la Plataforma efectivamente disponibles. El nivel de desarrollo de los contenidos específicos de cada servicio es menor, situándose en una cifra cercana al 40% del total previsto.

Los criterios empleados para el desarrollo de los servicios horizontales estratégicos se han basado en proyecciones de mercado en Internet, grado de interés hacia el mismo por parte de los usuarios y la rentabilidad potencial de cada servicio, que se encuentran mejor descritas en el Capítulo VII del presente Folleto Informativo. Fuentes de información relevantes del sector advierten de, por ejemplo, los siguientes datos:

- En materia de finanzas la demanda de servicios bancarios “on line” crece a un ritmo incremental del 20% mensual, en el año 2002 el 10% de las operaciones bancarias serán a través de Internet en el 2002, en 1998 en España se realizaron más de 380.000 operaciones bancarias a través de Internet o en el 2004 las cuentas abiertas en Europa para intermediar on-line llegarán a los 14 millones.
- En materia de viajes, las reservas relacionadas con el turismo a través de Internet representará el 40% mundial y en 1999 el comercio electrónico en España ha movido 8.500 millones de pesetas, de los cuales el 34% corresponde al sector turismo.
- El desarrollo de la carrera profesional a través de Internet es un servicio con gran demanda por parte de los Colegios Profesionales, sin que en España al día de hoy nadie ocupe una posición prominente en el mercado. En este sentido, en 1999, la selección de personal on-line movió en EE.UU. más de 1000 millones de dólares. En Alemania, Jobs & Adverts multiplica por dos su facturación cada 6 meses y en Francia, cerca del 50% de las grandes empresas demandantes de empleo reclutó por Internet a parte de su plantilla en 1999.

Se han diseñado seis servicios horizontales estratégicos y varios servicios horizontales no estratégicos, cada uno de ellos dirigido por un Service Manager o líder interno del proyecto:

### C.1.- SERVICIOS HORIZONTALES

#### Servicios horizontales “Canal Profesional”

Canal Profesional es el diario *on-line* de la Plataforma. En la actualidad, una vez desarrollados los números cero de los contenidos editoriales del diario para profesionales Canal Profesional sobre el soporte de la plataforma antigua o portal, Canal Profesional se encuentra operativo en la Plataforma desde el pasado 3 de abril. El funcionamiento y respuesta de los usuarios está siendo notable y simultáneamente se está trabajando en el diseño final del Canal Profesional dirigido a determinadas comunidades verticales específicas. Se trata de ofrecer noticias propias con diseño propio y adaptadas a las necesidades de las comunidades de profesionales a

diferencia de los operadores de portales clásicos, quienes compran las noticias a agencias especializadas. En el caso de la Sociedad, existen 7 periodistas senior trabajando en el proyecto.

En un principio, el diario Canal Profesional cuenta con las siguientes secciones: España, Mundo, Economía y Finanzas, Ciencia y Tecnología, Agenda Generalista y Cuestionarios de actualidad. En las diferentes comunidades verticales existirá un servicio de noticias gestionado internamente coordinado con la empresa proveedora de contenidos informativos Financiamiento y Comunicación.

Canal Profesional se actualiza constantemente a lo largo del día, refleja la última hora relevante y permite el seguimiento a través de la evolución histórica de cualquier noticia. La siguiente fase del diario *on line*, prevista a partir del mes de septiembre incluirá más secciones y el funcionamiento no sólo de lunes a viernes, como se produce en la actualidad, sino incluso en fines de semana y festivos.

### **Servicios horizontales “Comunidad Financiera”**

En la actualidad se ha cerrado el desarrollo a nivel conceptual y técnico de la estructura de la aplicación. En este sentido, se ha recibido una propuesta de provisión de servicios por parte de Europa Press que en breve será aplicada, junto con otro proveedor de contenidos editoriales, InfoBolsa. Del mismo modo se ha contactado con Renta 4 para el patrocinio de contenidos en una primera fase, relegando la actividad de intermediación para un momento posterior. En todo caso, se trata de ofrecer un servicio dirigido al inversor privado bajo un doble parámetro: **contenido editorial financiero y capacidad de intermediación on-line.**

Los contenidos serán los siguientes: Noticias financieras diarias y de última hora, gráfico intra día con retardo de diferentes índices bursátiles, en principio IBEX 35, Dow Jones y Nasdaq, así como un análisis de las oscilaciones producidas, índices europeos con retardo, así como *ticker* en la parte superior personalizado, valores IBEX 35 con retardo, búsquedas de información sobre valores cotizados, información sobre fondos de las diferentes entidades y por rentabilidad, información de divisas, eventos previstos en la semana, opinión diaria de expertos sobre valores, biblioteca financiera y newsletter.

Numerosas entidades financieras están esperando el momento en que el servicio se encuentre activo para poder tener presencia en el mismo como patrocinadores. La compañía prevé su lanzamiento para mediados del mes de mayo próximo.

### **Servicios horizontales “Comunidad Viajes”**

En la actualidad este proyecto se encuentra completamente desarrollado en el nivel conceptual. Se trata de un área que incluirá contenidos editoriales sobre viajes y permitirá, a través de un socio u operador la reserva *on line* de todo tipo de servicios (hotel, vuelos, alquiler de coches, entretenimiento, etc.).

En este momento el Departamento de contenidos está estructurando información referida a 90 países en todo el mundo; en paralelo, se está recopilando diariamente información sobre ofertas publicadas por agencias de viaje, operadores, líneas aéreas e Internet. Es inminente el cierre de un acuerdo con una de las principales editoriales nacionales de viajes, que proporcionará el contenido de las diferentes secciones del futuro magazine, servicio que contará con el siguiente contenido: Destinos (gastronomía, historia, eventos, datos útiles,

ciudades, áreas de interés, de noche, transporte, actividades, links), Enlaces (líneas aéreas, agencias, instituciones, diccionarios, traductores), Servicios ( ofertas, tipos de cambio, mapas).

El lanzamiento definitivo del servicio desde el punto de vista de contenidos y con el diseño final se producirá en la primera semana del mes de mayo. Está previsto introducir patrocinios a partir del mes de junio, para lo que se está avanzando en las negociaciones con empresas especializadas en este sector.

### **Servicios horizontales “Formación on-line”**

Se trata de un espacio, dentro de la Plataforma, en el que el usuario encontrará un catálogo de acciones formativas desarrolladas por los Colegios y Asociaciones Profesionales, así como entidades de prestigio y relevancia en el sector de la formación empresarial con la colaboración de expertos en la adaptación de conceptos del mundo *off line* al medio *on line*.

Tras realizar un estudio de las principales plataformas de formación existentes se ha adquirido la licencia de la plataforma desarrollada por la compañía SIMEDIA. En paralelo se están negociando acuerdos con empresas y entidades especializadas en formación de empresa con el objetivo de lanzar el proyecto con un pequeño catálogo de acciones formativas. El primer acuerdo se ha cerrado con la compañía IFO (Instituto para la Formación *On line*) con el compromiso de desarrollo de las siguientes acciones: Internet para farmacéuticos, Internet para médicos, Marketing del despacho profesional, Plan de acción comercial en el despacho profesional, Mi área de influencia (cómo conocer y gestionar clientes con un criterio geográfico), Fidelización de clientes de servicios profesionales.

En este momento se están enviando comunicaciones a los colegios y asociaciones explicándoles la disponibilidad de esta plataforma específica para la publicación de sus acciones formativas, se está preparando la documentación y formación precisa para que el call center pueda atender las llamadas de información que se producirán tras el lanzamiento..

### **Servicios horizontales “Carrera Profesional”/”Desarrollo Profesional”**

Es la bolsa de empleo dentro de la Plataforma de servicios ReCol.es. es un servicio donde el profesional asociado a ReCol podrá consultar ofertas de empleo y ofrecerse al mercado de trabajo. El servicio estará complementado por artículos de expertos en recursos humanos, clasificados por materias y categorías profesionales, guías, utilidades de interés (redacción de CV, cartas de presentación, entrevista personal, test de idoneidad) y boletines o newsletters, *head hunters*, etc. contando con al interactividad por parte de los Colegios y Asociaciones profesionales.

Se están llevando a cabo entrevistas con varias empresas especializadas en recursos humanos y selección de personal para cubrir las necesidades de contenidos generales y específicos de cada comunidad vertical. A la vez, se están analizando las diversas formas en que pudiera diseñarse este servicio *on line*, con objeto de adoptar un sistema informático flexible y adaptable a cualquier comunidad vertical, colegio, colegiado o empresa.

Existe un acuerdo preliminar con la empresa Meta Selección para poder ofrecer de forma inmediata ofertas de empleo por categorías dentro de la web. Existe un formulario de registro dentro del servicio para que empresas interesadas en la publicación de ofertas de empleo puedan darse de alta y publicar sus anuncios. También existe un listado con enlaces a las bolsas de trabajo de los colegios asociados a la Fundación. Los contenidos específicos de este servicio estratégico estarán disponibles en la Plataforma antes de mediados del mes de julio de

2000.

### **Servicios horizontales “Subastas *on-line*”/”Tablón de anuncios”**

Se trata de un área que permitirá a los profesionales vender o comprar, de forma rápida y óptima todo tipo de artículos (nuevos y usados) relacionados con su profesión.

Los contenidos serán los siguientes: servicio de subastas (tradicional) por categorías profesionales (material médico, productos industriales, etc.), servicio de subastas inversas por categorías profesionales, subastas con precio de reserva para el oferente, servicio automático de aviso personalizado según demanda (email, GSM) y un boletín.

La fase preliminar o “ en pruebas” de este servicio se encuentra *on line* en este momento aunque está a falta de desarrollo definitivo (tipos de producto, modalidades de intercambio, tipos de subasta al alza o a la baja, etc.). Al igual que en el caso de la “Carrera Profesional”, está prevista la disponibilidad de contenidos de este servicio para mediados del próximo mes de julio.

### **Otros servicios horizontales (no estratégicos)**

En la actualidad, la Plataforma cuenta con servicios de Información Meteorológica, un motor de búsqueda y una serie de utilidades de software a disposición de sus usuarios, así como asistencia *on-line* al usuario y todo tipo de información sobre la compañía, su misión, su estructura y los servicios que provee en este momento.

De éstos, el más desarrollado es el servicio de utilidades a disposición del usuario. Incluye toda una serie de herramientas imprescindibles en la Plataforma:

- Listado clasificado de programas (freeware y shareware) que todo profesional puede descargar, gratuitamente, en su ordenador.
- Envío de mensajes a móviles (SMS), que permite enviar mensajes cortos desde la web de Recol a cualquier teléfono móvil.
- Servidor de Microsoft Netmeeting, que permite que grupos de profesionales interactúen a través de videoconferencias, mensajes entre sí o transferencia de archivos.
- Listas de distribución.
- Manuales de conexión y configuración de programas
- Servicio de correo electrónico a través de la web
- Asistencia al profesional

Están previstos, asimismo, otros servicios horizontales para su progresiva implantación en la Plataforma:

- Contenidos editoriales sobre gastronomía y vino
- Contenidos editoriales sobre el motor

- Radio en Internet
- Ocio

## **C.2.- COMUNIDADES VERTICALES**

En las Comunidades Verticales a través de la plataforma que se encuentra lista para su funcionamiento, se ofrecerán una serie de servicios comunes y otros específicos. Las comunidades estarán dirigidas por un “community manager”.

### **Comunidades Verticales servicios comunes**

En este sentido, los servicios comunes comprenden noticias específicas de la comunidad, agenda específica de la comunidad, encuestas breves de la comunidad, editorial/artículo, trabajos de investigación, links comentados y evaluados, newsletter o boletín de novedades. Adicionalmente, las Comunidades Verticales contarán con servicios de “comunidad” tales como charla on-line, foros específicos y listas de distribución.

Los contenidos verticales que en la actualidad se están proporcionando, al menos en sus fases preliminares, y que estarán disponibles *on line* son los siguientes:

- Noticias: noticias sectorizadas de relevancia profesional. Recol cuenta con el apoyo directo de los gabinetes de comunicación y prensa de los Colegios y Asociaciones adscritos a la Plataforma.
- Agenda Profesional: eventos de interés relevantes a nivel profesional (congresos, premios, convocatorias de oposición, jornadas o conferencias, etc.), con igual grado de colaboración por parte de los colectivos profesionales adscritos a la Plataforma.
- Enlaces comentados: bases de datos con las mejores páginas web jerarquizadas por su calidad científica. Recol cuenta con colaboradores profesionales expertos en las distintas materias que componen la Plataforma.
- Artículos científicos: cada responsable de comunidad está creando una red de expertos que colabora con Recol mediante la redacción y publicación de estudios de actualidad para cada comunidad.
- Editoriales: los editores de cada comunidad tratan, semanalmente, los puntos más importantes del panorama profesional.
- Encuestas/Polls: pequeñas encuestas, de rápida respuesta sobre temas de actualidad para el colectivo vertical de que se trate

### **Comunidades Verticales servicios específicos**

Cada Comunidad Vertical contará con servicios específicamente diseñados. Así, por ejemplo la Comunidad Medicina, que en este momento se encuentra altamente desarrollada, contará en portada con búsquedas bibliográficas, normativa, gestión, alarmas médicas, hemeroteca *on line*, vademécum, listado de laboratorios, base de datos de medicamentos y profesión. Así mismo, y a título de ejemplo, se diferenciará entre las diversas especialidades, tales como cardiología, cirugía, pediatría, medicina interna, oncología y traumatología.

En materia de contenidos verticales generales se espera el lanzamiento en septiembre del servicio DSI (distribución selectiva de información en español), sistema de documentación que permitirá la publicación y distribución de artículos sectoriales y su venta *on line*). Los asesores jurídicos de la compañía están desarrollando un modelo de contrato por el cual las editoriales cederían derechos de venta de sus artículos a cambio de royalties. La primera comunidad vertical en la cual se está contactando con las editoriales es la de Psicología, debido a que el Colegio Oficial de Psicólogos dispone de una importante base de datos de *abstracts* y referencias.

### **C.3.- P-BANK/VALOR AÑADIDO PARA TRANSACCIONES EN INTERNET**

Sometido al cumplimiento de todos los requisitos legales y autorizaciones oportunas exigibles por las autoridades económicas y monetarias, P-Bank es un sistema de fidelización on-line que permite realizar transacciones a través de Internet, utilizando una nueva moneda íntegramente virtual denominada actualmente **Centeuro**. El Centeuro tiene un valor real en el mercado monetario tradicional de 1 céntimo de euro.

Los Centeueros pueden ser comprados por patrocinadores (*sponsors*) para su posterior distribución entre personas o segmentos objetivos (usuarios profesionales). Posteriormente, el usuario podrá cambiar sus Centeueros en los comercios (*merchants*) que los acepten como moneda de cambio. Los Centeueros de usuarios se guardarán dentro de sus propias cuentas personales y pueden gastarlos en productos de los merchants a través de los propias páginas web Recol y en las páginas de los propios merchants.

Los objetivos de P-Bank son los siguientes:

- Lanzar el producto como elemento de valor añadido en acciones promocionales entre el colectivo profesional Recol
- Obtener notoriedad de marca inmediata
- Integrar el centeuro como moneda virtual para el entorno comercio electrónico profesional de Recol
- Obtener masa crítica de merchants que acepten Centeueros
- Lanzar la tarjeta de fidelización P-Bank
- Abrir a mercados y segmentos fuera del entorno profesional Recol

En la actualidad, P-Bank se encuentra operativo como sistema. En el futuro se rediseñará la imagen corporativa de P-Bank y se desarrollará el Centeuro como elemento gráfico. Las implicaciones legales y fiscales de este sistema se encuentran en fase de estudio, al igual que el modelo de desarrollo del negocio P-Bank. No obstante, ya se han iniciado negociaciones con merchants, se ha testado la aceptación del sistema entre sponsors del sector médico y se están desarrollando los sistemas informáticos de gestión y soporte.

En todo caso, queda por definir la política de precios y equivalencias, la campaña publicitaria así como la fecha de su lanzamiento, la investigación de mercado usuario/sponsor/merchant, pruebas de rendimientos, procesos y políticas por definir, así como los objetivos y el equipo comercial.

## **D. Fuentes de ingresos Plataforma Recol.es**

Existen tres tipos principales de fuentes de ingresos potenciales:

- Ingresos publicitarios. Son los ingresos más inmediatos cuyo valor incrementará con el aumento en tráfico e uso de la plataforma [www.recol.es](http://www.recol.es) y con el registro y captación de mayor información de los usuarios. El plan de negocio de la Sociedad se ha basado fundamentalmente en este tipo de ingresos, tal y como se señala en el Capítulo VII.
- Ingresos por promoción de servicios. Son ingresos procedentes de la promoción de servicios con sponsors –un sponsor utilizará la herramienta P-Bank y el Centeuro para incentivar la venta de productos y servicios entre los profesionales. También lo son los ingresos procedentes del uso de servicios desarrollados para los profesionales y entre los profesionales (subastas, acceso a bases de datos, formación on-line, micro pagos con Centeueros, etc.). Se tratan de Ingresos potenciales y que aparecerán en una fase posterior de vida de la Plataforma, una vez consolidados los elementos que permiten su vigencia.
- Ingresos por comisiones de servicios. Son ingresos por intermediación o por acuerdos de “revenue sharing” (ingresos compartidos) entre la Sociedad y merchants específicos (banca virtual, venta de bienes y comisiones sobre ventas) en el marco de negocio de comercio electrónico. Su importancia, menor en esta fase de lanzamiento, se encuentra económicamente reflejada en el Capítulo VII.

### *Ingresos publicitarios*

Se configuran como la principal fuente de ingresos en esta fase de vida de la Plataforma. Los soportes publicitarios se diferencian entre publicidad vertical (publicidad general de una comunidad y patrocinios dentro de una comunidad vertical) y publicidad horizontal (publicidad general o banners tradicionales y patrocinios de servicios horizontales).

La publicidad vertical implica soportes publicitarios para productos o servicios específicos a un sector o comunidad vertical y patrocinio de elementos dentro de cada comunidad vertical de Recol. La publicidad horizontal implica soportes publicitarios para productos o servicios genéricos y patrocinio de elementos dentro de Recol.

Los ingresos estarán en función del CPM, o coste por mil impresiones y las tarifas fijas por patrocinio de elementos (medida en CPD o cuota por día de inserción publicitaria). Otro criterio de ingreso que se están evaluando es el CPC (coste por mil clics obtenidos).

En cuanto a publicidad segmentada o a través de sponsors o patrocinadores, se puede implementar actualmente un primer nivel de segmentación por Colegio y una segmentación mayor mediante registro de usuarios y captación de datos demográficos (sexo, geografía, especialidad, etc.). En este caso, la publicidad no queda fijada por zonas de la plataforma. Son banners y otros elementos sujetos a las características del usuario y su profesión. En todo caso, se estudia la posibilidad de subcontratar la gestión integral de algunos elementos de publicidad –diseño de campañas, creatividad, etc.

Los ingresos estarán en función de CPM u otros criterios, criterio de segmentación (colectivo, especificidad, sexo, localización) e ingresos P-Bank (compra Centeueros/comisión por gasto Centeuro) como más adelante se señala.

Con posterioridad, se procederá a la implantación de publicidad promocional a través del uso



de P-Bank como elemento de valor añadido para campañas publicitarias verticales y horizontales. Los ingresos estarán en función de la compra de Centeuos por parte del anunciante para complementar campaña, comisión para Recol del merchant por Centeuos gastados por usuarios y CPM.

Recol está en disposición de ofrecer a sus anunciantes las mejores y más específicas soluciones para la publicidad en Internet, excediendo sus posibilidades de la simple venta de espacio publicitario y ofreciendo ventajas de enfoque muy eficientes.

#### *Ingresos por promoción de servicios*

Es el derivado del uso del Centeuo de P-Bank como elemento de valor añadido para acciones promocionales de sponsors.

Los ingresos se determinan en función de la compra de Centeuos para complementar o añadir a la venta de bienes y servicios así como la comisión por gasto de Centeuos en merchants. La promoción de servicios incluye también servicios utilizados por profesionales y entre sí dentro de las plataformas de la Sociedad.

#### *Ingresos por comisiones de servicios*

Son ingresos por intermediación la política de “revenue sharing” con servicios de banca virtual, sociedades de valores y otros productos financieros, así como el margen por pagos Centeuo con merchants, la comisión por uso de Centeuo por sponsors o las comisiones por venta de bienes y servicios a través de las plataformas.

### **E. Plan de Comunicación Plataforma Recol.es**

Los objetivos dentro del Plan de Comunicación son en un primer momento dar a conocer Recol, a través de la creación de una marca, un nuevo diseño y un nuevo enfoque.

Con posterioridad, una vez realizada la oferta pública objeto de este Folleto Informativo, los objetivos se centrarán en conseguir suscripción de usuarios y reconocimiento de los mercados financieros.

En todo caso, el público al que se está dirigiendo la publicidad actual es el compuesto por: Colegios y Asociaciones Profesionales asociados a Recol, Colegios asociados, Colegios y Asociaciones profesionales no asociadas, público en general y al mercado financiero.

#### *Herramientas de Comunicación*

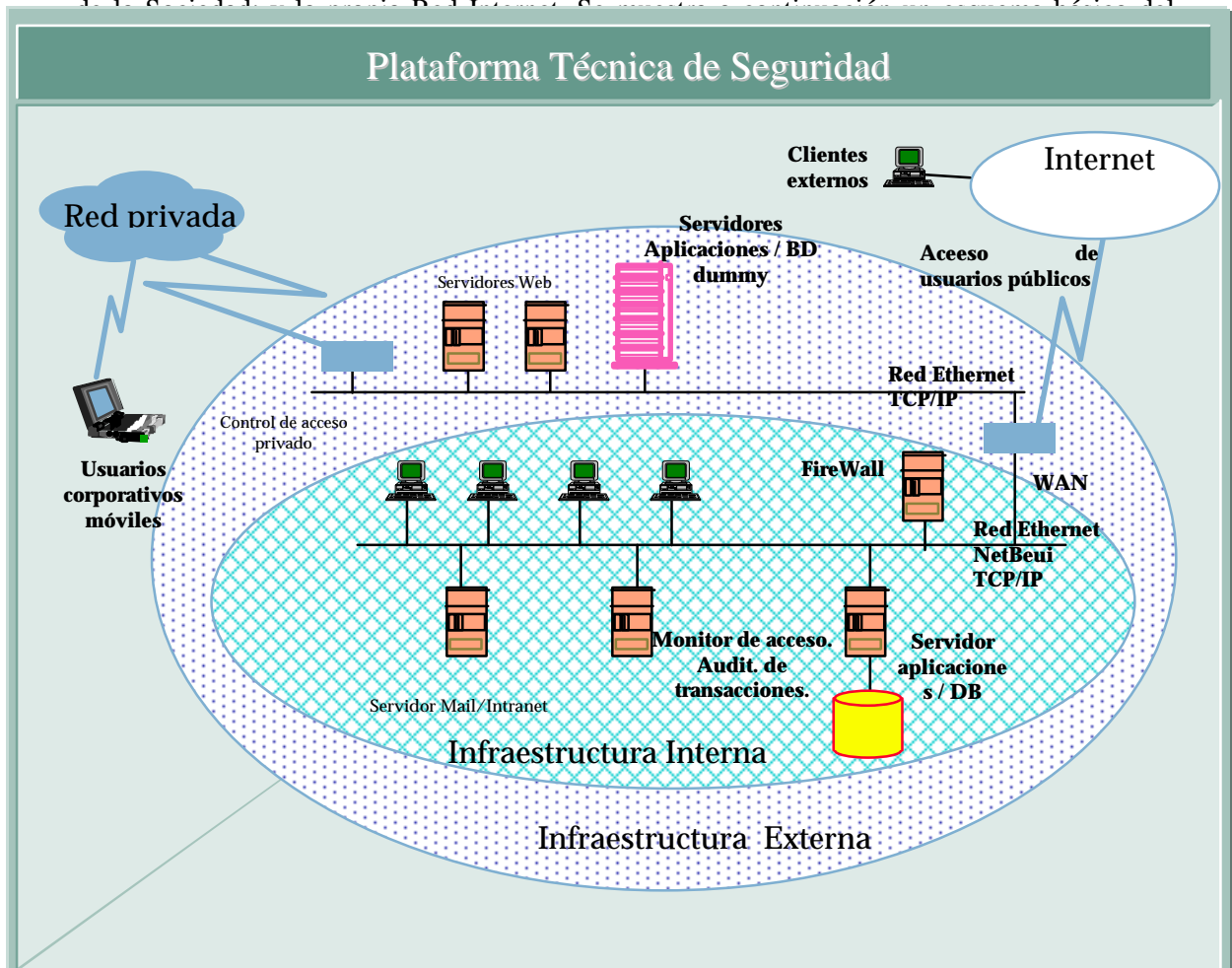
Se contará con relaciones públicas, tales como notas de prensa, medios financieros, entrevistas al Consejero Delegado de Recol en diferentes medios así como apariciones en programas especializados de Internet en TV, patrocinio de jornadas, etc. Del mismo modo, se utilizará la publicidad en revistas colegiales y especializadas de suscripción, banners en aquellos colegios con página web que soporten banners, banners en Web Recol así como en medios tradicional, como la TV, Radio, Prensa y Revistas. Por último, se recurrirá al marketing directo a través de e-mailing a colegiados de colegios asociados y mailing en colaboración con el colegio asociado a sus colegiados.

## **4.5 ESTRUCTURA DE LA SOCIEDAD**

En este apartado informamos al inversor potencial en las acciones objeto de la presente oferta de los elementos estructurales de Recol que soportan los servicios descritos en los apartados 4.4.1 y 4.4.2. De este modo, incluiremos una descripción de los elementos técnicos empleados por la Plataforma, de sus centros de operaciones, su organización de trabajo y los factores de coste más relevantes.

#### 4.5.1 PLATAFORMA TÉCNICA

La infraestructura técnica de la Sociedad está diseñada con un triple objetivo estratégico: brindar un acceso fiable, seguro y controlado a sus usuarios a la Red, hospedar las máquinas que prestan los servicios básicos y específicos de los Colegios y Asociaciones Profesionales y dar salida rápida y sin interrupciones a sus usuarios a la Red Internet. Todo el sistema de servicios y acceso de los usuarios de la plataforma está soportado por una arquitectura compleja de hardware y software que cumple los estándares exigibles en el sector de prestación de servicios en Internet. Como ya se ha indicado repetidamente a lo largo de este Folleto, los equipos de hardware básico son propiedad de Alkhaid, mientras que todos los desarrollos de software y licencias de uso pertenecen a la Sociedad. El potencial inversor en acciones de la Sociedad debe valorar el esfuerzo tecnológico de ésta contrastando las informaciones y cuadros que puede consultar en este epígrafe con la evolución prevista de gastos en tecnología y los componentes de esta partida de gastos en el Capítulo VII del presente Folleto. Al objeto de contribuir a la claridad expositiva de este apartado así como de otros, eminentemente técnicos, que conforman el Capítulo IV del Folleto, la Sociedad incluirá en su página web ([www.recol.es](http://www.recol.es)) un glosario de términos de Internet, con carácter simultáneo a la presente Oferta. Cuatro elementos básicos componen la arquitectura diseñada por la Sociedad: los usuarios, cuyo acceso puede producirse a través de diferentes vías, fundamentalmente la red de telefonía básica pero, asimismo, a través de teléfonos con tecnología GSM, líneas ADSL y otras modalidades en el futuro; la Red IP de Infovía Plus, un servicio de acceso global compuesto de más de 140 puntos de acceso en toda España con un sistema de coste unificado de llamada local; el sistema de infraestructura de Recursos Propios de la Sociedad de acceso a Red Internet. Su estructura organizativa es la siguiente:



Cuadro 1. Fuente: Elaboración propia

A su vez, dentro de los recursos propios, los sistemas que la Sociedad dispone para proporcionar servicios telemáticos a sus usuarios pueden dividirse en tres grandes grupos: comunicaciones, hardware y software.

### *Comunicaciones*

En el aspecto comunicaciones se incluyen todos los elementos necesarios para que los usuarios puedan acceder de forma rápida, fiable y segura a los servicios que la compañía les suministra. Se dispone de:

- Nodo de acceso a Internet con tecnología ATM y sistema de comunicaciones en fibra óptica con velocidad de acceso de 34 Mbp/s. El nodo está actualmente diseñado para proporcionar acceso a más de 200.000 usuarios, con más de 800.000 conexiones mensuales y alrededor de 250.000 horas de conexión mensuales.
- Sistema de acceso desde cualquier punto de España al nodo a través de Infovía Plus (más de 140 puntos de acceso en toda España). El coste de la llamada para el usuario es siempre local.
- Sistema de control de acceso propio, consistente en acceso primario RDSI de treinta líneas de 64 kbps para conexiones directas al nodo por parte de usuarios institucionales.
- Red interna conmutada de 100 Mbps.

Todos estos sistemas de acceso disponen de los ordenadores necesarios para la verificación de privilegios de acceso, sistemas de back-up, sistemas eléctricos ininterrumpidos, etc. El sistema comprende varias unidades de routers, servidores de túneles, módulos de acceso, switches, etc.

Los objetivos principales la arquitectura técnica del sistema que más adelante se esquematiza son los siguientes: centralizar los sistemas de gestión, centralizar los sistemas de correo electrónico, centralizar los sistemas de hospedaje de páginas web, centralizar el almacenamiento de las bases de datos, y ofrecer nuevas líneas de servicio a los usuarios: acceso a su correo electrónico a través de un interface web, páginas web personales, segunda cuenta de correo, servicios de chat, servicios de noticias y servicios de listas de distribución.

### *Hardware*

Así, desde el punto de vista del Hardware, la plataforma que soporta los servicios consiste en 12 ordenadores centrales Compaq Proliant, multiprocesadores, que con sus sistemas de cluster y discos redundantes aseguran un servicio fiable y sin interrupciones. El conjunto de servidores se destina a la gestión de los servicios de correo electrónico, web/chat/news, base de datos, backup y sistemas de gestión remota. Este conjunto de servidores puede almacenar más de 150 gigabytes de información, gestionar 40.000 mensajes de correo electrónico al día o establecer 32.000 conexiones diarias. En este sentido se ha elegido a uno de los mas prestigiosos fabricantes de servidores basados en procesador Intel (Compaq), que además dispone de una de las mejores consultorías en servicios de MCIS, en línea con lo que más adelante se indicará sobre el software de base.

Como más adelante se refleja en los cuadros 2 y 3 del presente epígrafe, podemos dividir,

funcionalmente, el parque de servidores de la sociedad en tres grandes grupos: servidores de bases de datos, servidores de red y servidores mail/intranet. El cuadro 2 refleja las prestaciones de hardware de cada uno de los grupos funcionales y los sistemas de software que utilizan. Se han incluido, en este cuadro, las estaciones de usuario que utilizan los empleados de la compañía en conexión con dicho parque de servidores. El cuadro 3, por su parte, describe más precisamente, las funciones específicas de cada uno de los grupos funcionales de servidores, detallando, con mayor precisión, las diferentes funciones atribuibles a los distintos servidores del grupo funcional mail/intranet.

Todos los sistemas críticos del conjunto, tanto por necesidad de tolerancia a fallos como por necesidades de rendimiento, están dotados de tecnología de “Cluster” y de balanceo de cargas. De esta manera se asegura una elevada calidad de servicio, con tiempo de parada no programada mínimos, y altos rendimientos aun bajo grandes cargas.

### *Software*

La arquitectura de software que Recol utiliza para proporcionar los servicios presenta las siguientes características:

- Plataforma basada en sistemas Intel multiprocesadores y Software de base Windows NT.
- Elevado nivel de fiabilidad y garantía de calidad del servicio.
- Protege las inversiones mediante el empleo de tecnologías contrastadas y en línea con las tendencias del mercado.
- Ofrece rendimiento y escalabilidad para soportar la evolución del negocio.
- Utiliza elementos con gran facilidad de integración, lo que permite compartir la información y mantener la consistencia.
- Sistema con una gestión simplificada gracias a la estandarización de los distintos elementos que constituyen la plataforma técnica.

En el entorno de software de base, se ha adoptado como base de datos corporativa SQL Server, que en su versión 7 presenta notables avances respecto a anteriores versiones. El software que proporciona los servicios a los clientes está basado en la tecnología MCIS (Microsoft Comercial Internet Server). MCIS cuenta con todos los servicios que la compañía ofrece a sus usuarios integrados en la misma Plataforma que, de forma sencilla, puede ser distribuida entre los diferentes componentes del sistema en un entorno de altas prestaciones y alta disponibilidad.






Este conjunto de herramientas de software, diseñado específicamente para proveedores de Internet y grandes volúmenes de usuarios, cubre prácticamente todos los aspectos de los servicios Internet, Web, POP, SMTP, LDAP, Chat, News, etc. Está diseñado para manejar cientos de miles de usuarios, y su escalabilidad es alta, pudiendo repartir los distintos servicios entre distintas máquinas.

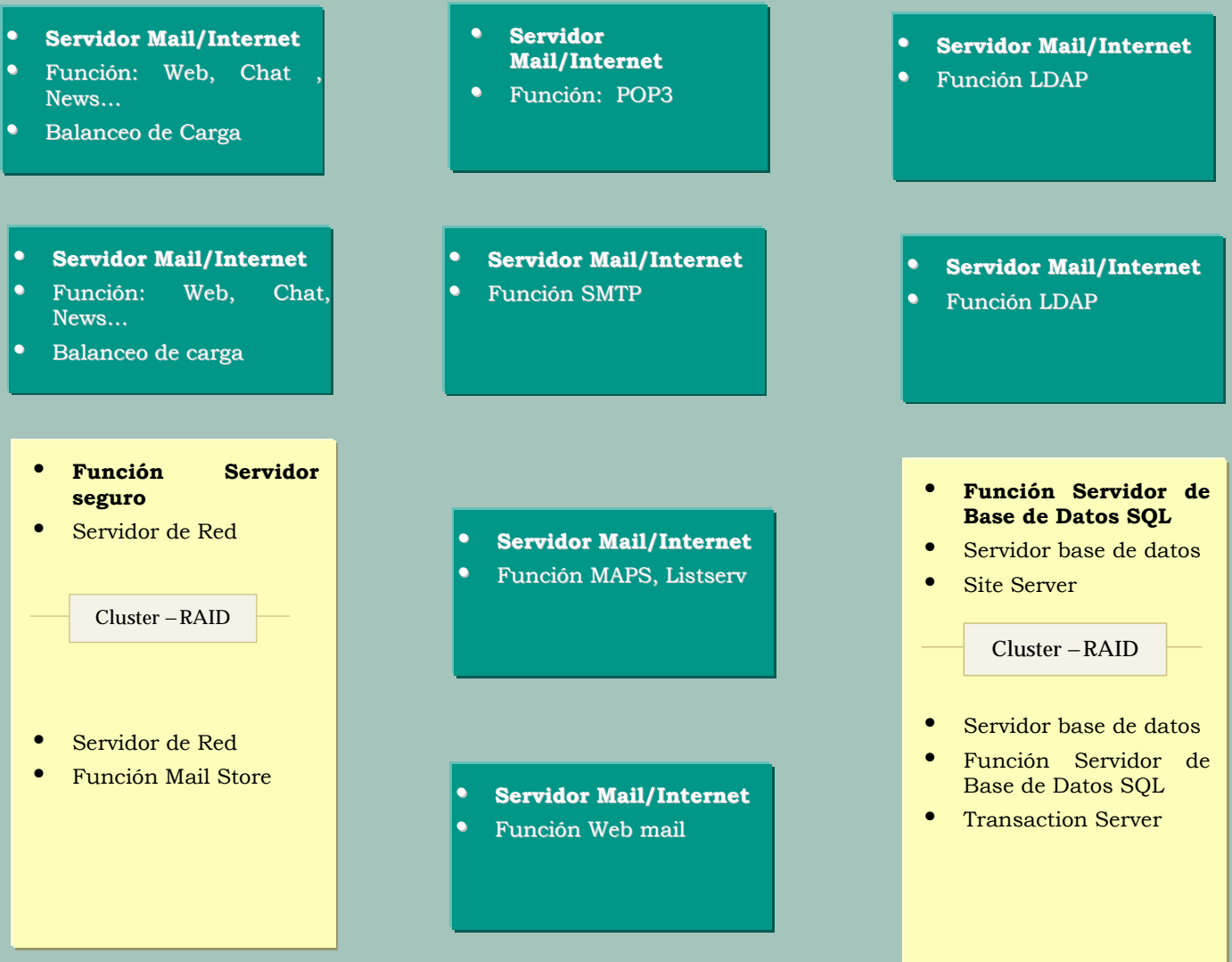
El sistema mencionado anteriormente de soporte Hard y Soft, es uno de los exponentes mas novedosos en infraestructura de servicios, pero no por ello se dejan de ensayar otras tecnologías, como Linux, Oracle Application Server, Sistemas WAP, comunicaciones vía

satélite o por cable, etc. De idéntica manera se estudian continuamente los nuevos métodos de acceso que los avances en telecomunicaciones van proporcionando.

El Departamento de Desarrollo Tecnológico de la compañía prevé que antes del verano de 2000 se procederá a una ampliación de la capacidad de la infraestructura técnica con el objetivo de disponer de capacidad de servicio (accesos, hardware y software) para entornos de un millón de usuarios, para lo cual se ampliará el hardware actual duplicando la capacidad de proceso y almacenamiento y se llegará a acuerdos con proveedores alternativos de servicios de acceso y servicios en Internet al objeto de extender la capacidad de elección del usuario.

Cuadro 2. Prestaciones hardware y sistemas de software de los diferentes grupos funcionales de servidores de la Sociedad.

				 
	<b>Servidores B.Datos</b>	<b>Servidores Red</b>	<b>Servidores Mail /Intranet</b>	<b>Estaciones Usuario</b>
<b>H A R D W A R E</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 <b>Procesadores Pentium III</b></li> <li>• 512 MB RAM</li> <li>• 40 GB disco</li> <li>• Disco RAID 5</li> <li>• Escalable</li> <li>• Alta capacidad Entrada/Salida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 <b>Procesadores Pentium III</b></li> <li>• 512 MB RAM</li> <li>• 40 GB disco</li> <li>• Disco RAID 5</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 <b>Procesadores Pentium III</b></li> <li>• 512 MB RAM</li> <li>• 40 GB disco</li> <li>• Disco RAID 5</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Procesador Pentium II/III</b></li> <li>• 128 MB RAM</li> <li>• 6,4 GB disco</li> </ul>
<b>1 O F T W</b>	<b>Windows NT</b> Microsoft SQL Server	<b>1.1 Windows NT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Windows NT</b></li> <li>• Microsoft Site Server</li> <li>• Microsoft Transaction</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Windows 95/98</b></li> </ul>



#### 4.5.2 Atención al profesional usuario

La Sociedad dispone de una unidad de servicio y atención al cliente en cada una de las sedes operativas que más adelante se indican. Estas unidades incluyen servicios de atención al cliente y de soporte técnico, además de un soporte profesional en cada comunidad específica. El servicio se presta telefónicamente y vía e-mail (on-line) de 8 de la mañana a 12 de la noche. En la actualidad una parte del servicio (a través de un call-center) está subcontratado a la empresa SDV (perteneciente al Grupo Iberdrola) con una plantilla total de siete personas y un coste de 2,5 millones de pesetas al mes (30 millones de pesetas anuales). Este servicio, inaugurado a mediados del mes de diciembre ha venido atendiendo del orden de 300 llamadas/día.

La Sociedad dispone asimismo de un Departamento de Atención al usuario que gestiona íntegramente las cuentas de los suscriptores, desde la venta inicial hasta el soporte del servicio y la administración de la cuenta y mantiene una base de datos que permite reconstruir el historial de compra, pagos, contactos e informes de cada cliente o usuario. El análisis de

incidencias de clientes registrados en esta base de datos permite la mejora y adecuación constante del servicio .

El Departamento de Atención al Usuario y el call-center subcontratado a SDV mantienen un listado de consultas frecuentes y sus respuestas para responder de una forma rápida y eficaz a los problemas comunes. Está previsto que la Sociedad cree unidades de atención especializadas por comunidades verticales e incorpore a profesionales en la resolución de dudas telemáticas en el ámbito de las profesiones que desarrollan sus usuarios. Asimismo, está previsto extender el horario de atención a través del call-center a las veinticuatro horas del día, para atender profesionales y usuarios que se vean afectados por problemas derivados de diferencias horarias o a profesionales captados en la extensión geográfica a Latinoamérica.

#### **4.5.3 Servicios profesionales contratados por la Sociedad**

- La Sociedad ha encomendado a ADDISON ESPAÑA, S.A. el desarrollo de su imagen corporativa global. El coste de estos servicios ha supuesto un total de treinta (30) millones de pesetas.
- La contratación y selección de personal interno de la Sociedad ha sido confiada a la sociedad experta en la gestión de Recursos Humanos y Selección, STAFF DE RECURSOS HUMANOS, S.L. por un total de veinticinco (25) millones de pesetas.
- La Sociedad ha externalizado una parte de la prestación del servicio de atención al cliente, encomendando globalmente dicha labor a la sociedad SERVICIOS DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA POR REDES TELEMÁTICAS, S.A. (SDV), perteneciente al Grupo Iberdrola. El importe total de esta prestación significa un coste para la Sociedad de ciento veinte (120) millones de pesetas al año.
- FINANCIAL COMUNICACIÓN, S.L. provee a la Sociedad emisora de información de interés general tanto profesional como de carácter genérico e información de ámbito específico, referida, por el momento, a las Comunidades de Ingeniería Aeronáutica y de Caminos. La Sociedad debe pagar treinta y nueve (39) millones de pesetas al año por recibir este servicio e integrarlo en su Plataforma.
- La información meteorológica de la Plataforma ha sido encomendada a METEOTEMP S.L., sociedad experta en la provisión por vías telemáticas de servicios de información meteorológica, a cambio de un precio de treinta y seis (36) millones de pesetas anuales.
- La Sociedad emisora es licenciataria de la Aplicación Informática denominada R/3 de SAP, licencia de software destinada a la gestión empresarial. El coste por año de esta licencia se eleva a veinte (20) millones de pesetas.

#### **4.5.4. Componentes de costes de la Sociedad.**

Los costes de una Plataforma de este tipo son similares a los costes incurridos por otros medios de comunicación: adquisición de contenidos y servicios, desarrollo de contenidos y servicios y mantenimiento y evolución de la plataforma tecnológica.

Las partidas de gastos más relevantes de la Sociedad son las que se indican a continuación:

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
Personal	472	683	739	803	876

Marketing	2421	2611	2845	3042	3193
Alquileres	21	44	44	44	44
Tecnología	376	788	1377	1832	1937
Profesional	424	33	33	42	42
Otros	474	251	97	103	110
Amortizaciones	102	121	124	126	128
Variación anual	-	+6%	+16%	+14%	+6%

en millones de pesetas

Señalar, de antemano, que estas partidas podrán variar considerablemente en el futuro y que corresponden a la situación normal de una empresa en su fase de lanzamiento (de ahí el alto peso relativo del capítulo referido a marketing). Se espera que en el futuro la partida fundamental esté compuesta por los consumos realizados en materia comunicaciones, atención técnica, compra de espacios publicitarios y los futuros “kits” de conexión que se distribuirán a través de CD-ROM para que los usuarios se den de alta fácilmente.

El capítulo de marketing merece una atención especial por su peso ponderado en el conjunto de costes de la compañía. Recol está empezando a realizar cuantiosas inversiones en publicidad con el propósito de situar su marca como referencia de mercado en los mercados objetivo, para poder captar el mayor número posible de usuarios profesionales que se den de alta en Internet. Además de las estrategias de captación de nuevos usuarios, Recol está realizando considerables esfuerzos enfocados a la fidelización de los actuales usuarios mediante políticas cuya base es el servicio de valor añadido P-Bank.

#### 4.5.5. Personal y otros costes de la Sociedad

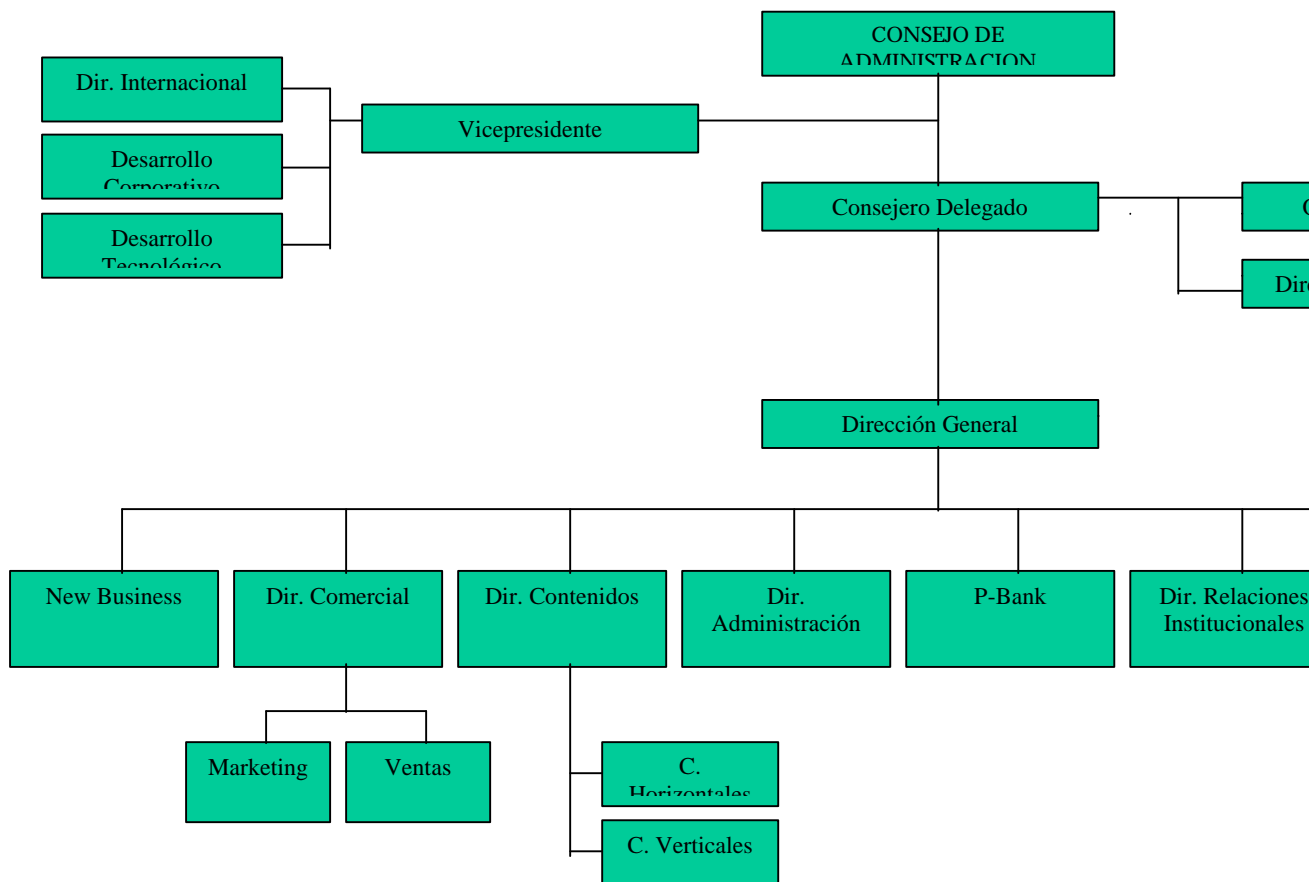
La Sociedad estima que su personal evolucionará de acuerdo con el siguiente cuadro:

	<b>Plantilla</b>	<b>Gastos de personal (pesetas)</b>
2000	97	464.000.000
2001	148	683.000.000
2002	159	739.000.000
2003	177	803.000.000
2004	197	876.000.000

Las partidas presupuestadas incluyen salarios, retribución variable y seguros, así como los costes de Seguridad Social a cargo de la Sociedad. Los recursos humanos se reparten entre desarrollo y mantenimiento de sus sistemas, marketing de sus productos, y servicios para la gestión corporativa de la empresa. Las partidas de gastos de personal más importantes se centran en el Departamento de Marketing, debido al número de personas exigido por la estructura matricial de la Plataforma. De este modo, al margen de la estructura de ventas que se da en los servicios horizontales estratégicos, las comunidades verticales tendrán un funcionamiento propio e independiente como unidad de negocio y gozarán de su propio personal (community managers, ejecutivos, asistentes administrativos, técnicos ISP o Internet Service Providers, periodistas, etc.).

Por su parte, el organigrama de la empresa se compone de los siguientes elementos:





Cobran particular relevancia, dentro de este esquema, las figuras del Consejero Delegado, del Vicepresidente de Desarrollo Estratégico y del Director General por cuanto integran el desarrollo de la idea, la visión a medio y largo plazo del éxito de la compañía y la experiencia de gestión para la fase actual de la Plataforma.

En la actualidad no existe negociación colectiva que afecte a la Sociedad. En todo caso, la Sociedad elaborará un Convenio de Empresa para estructurar la relación con sus empleados o se registrará por el Convenio General de Oficinas y Despachos.

En materia de ventajas al personal la empresa ofrecerá un seguro privado a toda la plantilla. La Sociedad ofrece un intensivo programa de formación adecuado a cada nivel de desarrollo profesional. Asimismo, se pretende, como en la estructura de la operación aquí presentada se especifica, que los empleados participen, a diferentes niveles en un programa transparente y eficiente de opciones sobre acciones.

En cuanto a otro elemento de coste contable como las amortizaciones éstas no constituyen, por el momento, una parte importante de los gastos de la empresa ya que la gran mayoría del hardware está contratado por parte de Alkhaid bajo la fórmula de renting, y dicho coste se imputa al epígrafe de Tecnología tal y como describe el Capítulo VII.

#### **4.5.6. Centros de Operaciones**

Por su parte, los principales Centros operativos de Recol son, en la actualidad:

(i) C/ Hermosilla 30  
28001 Madrid  
ESPAÑA

Sede social de la compañía, en ella residen los servicios corporativos centrales, y la Dirección de Planificación estratégica y Control con sus direcciones correspondientes (Desarrollo Corporativo y Desarrollo Tecnológico). Dicha oficina es sede social y operativa de la Fundación Red de Colegios Profesionales quien dispone de ella a cambio de un precio de alquiler inferior a 400.000 pesetas mensuales IVA incluido. En la misma dirección se encuentra la sede en propiedad del Colegio de Ingenieros Aeronáuticos, en la que la Sociedad tiene instalado, en la actualidad, su parque de servidores. Cabe señalar que el uso de ambas instalaciones no supone, en la actualidad, coste alguno para la Sociedad.

(ii) Carretera de La Coruña km 16,800  
28230 Las Rozas (Madrid)  
ESPAÑA

Sede operativa tecnológica y base comercial de la compañía en ella residen todas las direcciones dependientes de la Dirección General (Comercial, Contenidos, Marketing, Administrativa y Financiera, Hosting ISP y Sistemas de Información). Esta sede está alquilada por la compañía. Existen planes, no desarrollados, de traslado a una sede mayor en régimen de propiedad, dependiendo de la evolución del negocio de la compañía.

Los Colegios Profesionales, las Asociaciones Profesionales y demás colectivos adscritos se constituyen, en esta fase inicial, en centros operativos de distribución de los planes de negocio establecidos por la Sociedad y en centros de información para usuarios-objetivo. Todos los

colectivos adscritos disponen de material informativo y la posibilidad de redireccionar a sus colegiados o asociados al servicio de atención al cliente de Recol..

## **4.6 MERCADOS Y COMPETENCIA**

### **4.6.1 Internet en general y en España en particular. Perspectivas de desarrollo y evolución. Breve referencia a Latinoamérica.**

En este apartado el inversor potencial en las acciones de la presente oferta podrá leer cuál es la visión de la compañía y de los accionistas que la componen acerca del papel de Internet en el futuro, qué medidas considera apropiadas para su diseminación y cómo considera que se están llevando a cabo dichas actividades. Se trata, en todo caso, de una visión personal de la compañía desde su punto de vista de operador en el mercado de servicios de Internet, no suponiendo de ningún modo, la atribución de responsabilidad de la marcha y evolución del negocio a un tercero.

Tal y como señala el Informe del Grupo Zeta sobre Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información de 1999, Internet está suponiendo una transformación decisiva en el sector de las IC.

Desde el punto de vista técnico supone una infraestructura más reducida en costes unido a una enorme posibilidad de introducir servicios, pero sobre todo está modificando los comportamientos sociales, desde el mundo de las transacciones comerciales al de la información. Los cambios que se están produciendo en la sociedad impulsados por las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (IC) se extienden cada vez más a ámbitos más extensos como la educación, la sanidad, la cultura, el entretenimiento etc., están influyendo en la forma de relacionarse y se están extendiendo geográficamente.

La primera condición para poder entrar en Internet es tener un PC con un módem, después se precisa una conexión con la infraestructura de telecomunicaciones, ya sea fija, móvil o satelital, y el problema es la velocidad a la que se puede comunicar.

La existencia de una gran cantidad de PC's con sus módems correspondientes es la condición necesaria, por el momento, para la popularización de Internet; si no hay una densidad importante de PC's en las escuelas, empresas y en los hogares, no hay ninguna posibilidad de que haya Internet, porque la conexión, hoy en día, se realiza fundamentalmente desde el ordenador.

Los países donde existen más conexiones a Internet es donde hay más densidad de PC's. Así por ejemplo USA tiene una penetración de ordenadores del 48% y los usuarios de Internet son del 28%; la densidad de PC's por habitantes en la Unión Europea es del 25% y los usuarios de Internet del 9%, mientras que en España la densidad de PC's es del 13% y los usuarios de Internet del 7,1%. Nos encontramos por tanto en la zona baja de Europa y ello a pesar de que el año 1999 ha sido un año relativamente positivo en este campo, ya que el crecimiento de PC's en España ha sido algo superior a la media europea, habiéndose reducido ligeramente el diferencial que tenía con Europa. En el primer trimestre de 1999 se han vendido, por ejemplo, 285.000 unidades, lo que representa un crecimiento de 18%, que también supera el incremento de la media europea.

Es preciso plantearse qué infraestructuras se tienen y qué diseño de futuro se está haciendo. El año 1999 ha sido relativamente pobre en la creación de mejores infraestructuras globales, porque Telefónica no ha creado grandes infraestructuras y los cableoperadores muy pocas.

Pero sería interesante hacer un inventario de las redes disponibles, tanto convencionales como de banda ancha (ADSL, FTTC, Satélite, etc.) y además habría que comenzar a realizar un despliegue anticipado de los sistemas básicos, tales como Centro de Certificación y Validación, Directorios X-500, etc.

Para ello habría que coordinar los Planes Nacionales de I+D, Programas específicos etc., con el fin de desarrollar unas infraestructuras mínimas y, sobre todo, solicitar la colaboración de los operadores globales, y especialmente de Telefónica, que tiene la principal y casi única infraestructura en el acceso, siendo su participación decisiva, tanto en España como en algunos países de Iberoamérica, para tratar de hacer proyectos tanto de contenidos como de aplicaciones. También sería preciso conocer los planes de los cableoperadores, ya que uno de los principales problemas es el ancho de banda en el acceso, o lo que es lo mismo, la velocidad.

Como antes indicábamos, las principales fuentes de ingreso en Internet son: 1º el comercio electrónico, 2º la publicidad y 3º el acceso. Dentro de ellas puede decirse que el principal negocio de futuro será el **comercio electrónico**, que cambiará los fundamentos de muchos negocios y por lo tanto la cadena de valor. Esto significa nuevas formas de vender y comercializar productos y servicios, y costes más bajos que permiten llegar a gran número de clientes.

Las estimaciones son lo más variadas, pero todas coinciden en considerarlo como el eje clave del desarrollo de Internet. Estos negocios presentan sin duda grandes interrogantes respecto a su futuro pero será interesante seguir su evolución. Se está creando un sector totalmente nuevo con un crecimiento exponencial que representa una nueva forma de la globalización de la economía. Desarrollar el comercio electrónico en España, en solitario, resulta difícil o en todo caso supone un esfuerzo exponencial, por lo que las empresas de Internet necesitarán establecer alianzas con proveedores de servicios, que cubran una gama amplia del mercado.

El segundo componente es la **publicidad** en Internet, que puede tener un crecimiento de más del 50% en los próximos cuatro años, lo que contrasta con la publicidad en los medios tradicionales, para la que se prevé un crecimiento de menos del 5%.

El tercer elemento es el **acceso** a Internet para los operadores y los ISP. Actualmente en todos los operadores europeos tradicionales se está produciendo un desplome de los ingresos de larga distancia y, en menor medida, de tráfico nacional, que están siendo compensado por los ingresos, principalmente de fijo-móvil y también por los ingresos de tráfico de Internet. Para los operadores tradicionales ha supuesto una fuente de ingresos adicionales, aunque no tan importante como el tráfico de móviles, ya que si bien el consumo de minutos en Internet, es casi un décimo del total del consumo de minutos, representan únicamente un 3% del total de ingresos por tráfico, aunque eso sí, con una tendencia cada vez más creciente. Pero el tráfico siempre tendrá un precio, aunque la tendencia sea hacia la tarifa plana, y desde luego las diferentes calidades o lo que es lo mismo, las diferentes velocidades tendrán diferentes precios.

Los operadores tratan de incrementar sus ingresos ofreciendo acceso a Internet por calidad, precios y contenidos que atraigan a los internautas.

Todos los operadores tratan de situarse en IP, porque se considera que es el futuro de la evolución de la red fija, tanto en la parte de ISP como en los portales, así por ejemplo ATT es propietaria del segundo mayor ISP de USA, ATT Worldnet, participa en Excite@Home, proveedor de acceso a Internet por cable y uno de los mayores portales de Internet.

France Telecom es propietaria del mayor ISP en Francia (Wanadoo) y del mayor portal (Voilà). BT ha lanzado recientemente un servicio de Free.ISP y tiene acuerdos con Yahoo y Excite en el Reino Unido. Deutsche Telecom es propietaria del mayor ISP en Alemania con una cuota del 60% del mercado y ha suscrito acuerdos con Infoseek para lanzar Portal.

El negocio de los ISP en el mercado español, que en 99 representaba más de 800 ISP y más de 3 millones de personas con acceso, debe su crecimiento y volumen en sus inicios al desarrollo pionero del servicio de acceso "Infovía", ya superado debido a la entrada de la competencia por el servicio "Infovía Plus", que ha tenido muchos problemas en su introducción. Todos los operadores que actúan en España tratan de potenciar sus proveedores de servicio de Internet (ISP). Las plataformas de acceso que compiten con Telefónica, han iniciado su posicionamiento con la adquisición de los ISP con mayor base de clientes. Así, "Retenet" (Retevisión) ha adquirido dos de los ISP más importantes, "Servicom" y "Redestb" y además ha llegado a un acuerdo con Excite, que es uno de los mayores portales del mundo, para lanzar un portal en Internet en español. Infopista (BT) ha comprado el mayor proveedor español, "Arrakis", que está orientado hacia el mercado residencial y France Telecom ha adquirido el proveedor de servicios CVT+JET, que es uno de los cuatro más importantes de España.

Sin embargo la tendencia es cada vez más a la existencia de proveedores de servicio de Internet gratuitos, como actualmente sucede con una parte de los Bancos, Colegios profesionales, etc. A partir de junio de 1998 Euskaltel inició la provisión de servicios de ISP gratuitos y a finales de año era el décimo ISP de España y no tardará mucho tiempo en que los ISP sean gratuitos para los usuarios. La tendencia de los ISP evolucionarán a dar mayores valores añadidos, y a que los ISP sean el punto de partida para ofrecer múltiples variedades de comunicaciones. Los proveedores que no sean capaces de enriquecer la oferta actual se reducirán o desaparecerán, pero previo a esa etapa habrá un movimiento de concentración, como sucedió hace ya varios años en USA.

Pero en los portales en español donde la lucha está siendo más fuerte en estos últimos meses, para posicionarse en las tres áreas fundamentales de habla española: Latinoamérica, el mundo hispanohablante en USA y España; porque el español es una de las lenguas importantes del mundo y por tanto un activo para posicionarse en su mercado.

Así por ejemplo, Prodigy acaba de lanzar un portal hispano para USA; MSN ha abierto un portal en España en abril; Yahoo ha lanzado Yahoo.es, a primeros de año; AOL se alió con Cisneros a finales del 98, para entrar en Latinoamérica; Yupi, uno de los mayores portales en español de USA, ha comprado Ciudad Futura, y la lista podría ser mucho más extensa ....

Respecto a las actuaciones en los campos de la Educación y Cultura cabe señalar que están comenzando a realizarse programas como EducaREd entre el MEC, la Fundaciones Telefónicas y Encuentro, y algunas Comunidades Autónomas, colegios, asociaciones de padres, etc. y su objetivo es llevar Internet a los 20.000 centros escolares no universitarios y sería la oportunidad para la creación de un "portal" de educación para alumnos, docentes y también para padres. En el campo de la cultura destaca el proyecto InfoCultura cuyo objetivo es la creación de un catálogo colectivo virtual para el acceso a los recursos culturales.

Otras iniciativas a reseñar son la de Aldea Digital para extender EducaRed a las áreas rurales; la de las Aulas Hospitalarias para la escolarización de niños con largos periodos de hospitalización; o la de Oficios en Red para la promoción de las Escuelas Taller y Cursos de Oficios.

El lenguaje de la mayoría de los contenidos educativos está en inglés; así por ejemplo del conjunto de páginas de en la red, se calcula que cerca de un 80% está en inglés y sólo un 1,7% en español, después del japonés con el 2,5% y del alemán con el 2%. Por lo tanto cabe deducir que el idioma tiene una importancia fundamental, sobre todo si se tiene en cuenta que un 1/3 del crecimiento del PIB de USA está relacionado con los negocios de Internet y el Gobierno americano continúa apoyando su crecimiento, porque se supone que es una de las vías más importantes para el dominio del comercio mundial por las empresas americanas.

El lenguaje supone una limitación importante para una parte no desdeñable de la población, sobre todo, si se quiere entrar en el comercio por Internet; aunque tampoco hay que magnificar el lenguaje como una dificultad insalvable, porque los países con más usuarios de Internet en Europa son Finlandia, Noruega y Suecia que tienen más alta penetración que el Reino Unido. Sí sería importante complementarlo con aplicaciones en español, en algunos casos, sin embargo, no es sólo el lenguaje un factor limitativo sino también los contenidos, que deberían situarse en la problemática más cercana a cada cultura.

De todo ello resulta la necesidad de sensibilizar al conjunto de la sociedad de que Internet es un fenómeno de tal dimensión, que va a producir una transformación, que como país en conjunto es preciso tomar posiciones en esta apuesta de futuro.

De un modo más concreto, otros elementos de interés a este objeto son los siguientes: en España, Cataluña, Madrid y Valencia son las tres regiones con el índice más alto de accesos a Internet (y donde más usuarios Recol existen). Los usuarios de Madrid son los que pasan más tiempo “on-line”, según un informe de la Asociación de Usuarios de Internet (AUI). (15 Septiembre 1999).

Cataluña tiene el índice más alto de acceso en términos de porcentaje, con un 14,5 por ciento de la población de la comunidad “on-line”. Madrid sigue con un 11,3 por ciento de la población del área y Valencia está en la tercera posición con un 11,1 por ciento de la población de la región “on-line”. En el País Vasco un 11 por ciento de la población tiene la posibilidad de establecer un acceso a Internet.

En España, se abrieron entre 400.000 y 500.000 cuentas de Internet con ISPs gratuitos entre su introducción al mercado en Junio de 1999 y finales de julio de ese mismo año. En España el crecimiento del nivel de acceso a Internet ha sido estimado desde Marzo de 1996 por la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC):

Fecha	No “on-line” mayores de 14	% población
Dic 99	3,625,000	10.5
Jun 99	3,107,000	8.7
Mar 99	2,747,000	7.7
Nov 98	2,415,000	7.1
May 98	2,247,000	6.6
Mar 98	1,850,000	5.4
Nov 97	1,455,000	4.3
May 97	1,342,000	3.9
Mar 97	1,073,000	3.2
Nov 96	802,000	2.4
May 96	684,000	2.0
Mar 96	487,000	1.4

Asimismo, AIMC hace un seguimiento de usuarios de PCs desde Marzo de 1996:

Fecha	Nº PC usuarios	% población
Junio 99	6,743,000	19.5
Mar 99	6,451,000	18.7
Nov 98	6,350,000	18.6
May 98	5,971,000	17.5
Mar 98	5,559,000	16.3
Nov 97	5,355,000	15.8
May 97	5,014,000	14.8
Mar 97	4,947,000	14.6
Nov 96	4,696,000	13.9
May 96	4,473,000	13.2
Mar 96	4,179,000	12.4

Una encuesta realizada en Septiembre de 1998 por AUI a 994 personas determinaba que los usuarios de Internet en España acudieron a la red con un promedio de 8,9 veces por semana y que el tiempo medio de cada conexión fue de 32 minutos.

En materia de comercio electrónico, este segmento generará en España unos ingresos superiores a los 513 millones de dólares en el año 2000, según D. José Manuel Villar, Secretario General de Comunicaciones del Gobierno en el Congreso sobre Comercio Electrónico realizado en Barcelona en abril de 1999. Esta cifra debe compararse con unos ingresos totales de 5.3 millones de dólares en 1997, y 22.5 millones de dólares en 1998. **IDC Research** estima, por su parte, que en 1998 el comercio electrónico en España ha generado 71.4 millones de dólares. Se espera que alcance los a 638 millones de dólares en el año 2001.

La Sociedad evalúa profundamente una estrategia de expansión geográfica hacia Latinoamérica. Sin ser una acción estratégica actual, sino de medio plazo, sí cabe señalar algunos índices de referencia que ponen de manifiesto la importancia cuantitativa y cualitativa de dicho mercado para el negocio de la Sociedad.

El mercado de servicios de Internet en Latinoamérica tendrá una tasa promedio de crecimiento del 42% cada año hasta 2004 (según un informe de la consultora IDC). El mercado regional ascendía a 1,4 billones de dólares en 1999 y representará 8,1 billones de dólares en 2003 (según la misma consultora, lo que implica una multiplicación de negocio por seis).

Como resultado de la competencia creciente en el mercado ISPs (gratuidad ofrecida con el mismo efecto que en España) y la gran demanda para acceder a Internet, el coste de acceso cayó fuertemente en Latinoamérica en 1999, y el número de cuentas de acceso creció notoriamente. El observador de mercado independiente "Latin American Internet Services" informó que había 4.2 millones de cuentas de Internet en la región en el mes de septiembre de 1999.

El número de PCs vendidos en Latinoamérica durante el segundo trimestre de 1999, aumentó un 19 % respecto al mismo periodo del año anterior (según Dataquest), debido a una fuerte bajada del precio de los ordenadores en la región. Las compras a través del comercio electrónico llegarán a 8 billones de dólares en 2003, desde un base de 167 millones de dólares en 1998 (IDC Research, informe de 23 junio de 1999). El informe estima que la tasa de crecimiento anual oscilará entre 117% - 130% entre 1998 y 2003. En dicho año, Internet será utilizado por más de 24.3 millones de usuarios y la venta de publicidad "on-line" en

Latinoamérica generarán ingresos de más de 3.3 billones de dólares en el 2004 (Forrester Research, septiembre de 1999).

#### **4.6.2 Los colegios profesionales como elemento básico del mercado**

Existen más de 1.500 colegios profesionales en España así como 60 Consejos de Colegios Profesionales. Como ya hemos indicado en el apartado 4B del presente Capítulo se agrupan de forma territorial (consejo/colegio nacional, colegio regional, colegio provincial) para velar de forma nacional, regional o provincial por los intereses de su profesión. En cuanto al ámbito de su representatividad, un consejo de colegios nacional suele ser la voz de la profesión ante los poderes públicos o instituciones internacionales afines y el regional ante los poderes públicos regionales.

El colegiado siempre tiene la posibilidad de dirigirse a su colegio local (si existe) que es por sí mismo corporación o entidad de Derecho Público y tiene además personalidad jurídica, lo que da idea de su fuerza en cuanto a la agregación de representaciones individuales.

Existe gran dificultad para obtener datos sobre el universo de los colegios o la multitud de asociaciones profesionales que pueden ser objeto de considerarse mercado objetivo, por lo que Recol tiene al necesidad de destinar muchos recursos no sólo a estrategias de captación, sino también de identificación de potenciales usuarios. Se da una enorme dispersión geográfica y funcional del ámbito de los colegios y ha sido complicado, generalmente, obtener información en cuanto a las soluciones telemáticas que se podrían aportar.

Se estima en la actualidad en más de 800.000 el número de colegiados y asociados a los colectivos adscritos a Recol y en, aproximadamente, 1.500.000 el total de usuarios objetivo en España sólo pertenecientes a Colegios y Asociaciones, sin identificar otras posibles fuentes de profesionales agrupadas bajo otras formas.

Recol, a través de la Fundación Red de Colegios Profesionales, llega a convenios de colaboración y desarrollo de los planes telemáticos colegiales e incorpora a los colegios al proceso de distribución de sus soluciones, construyéndoles la arquitectura informativa necesaria.

#### **4.6.3 Competencia**

En el mercado de productos y servicios de Internet para usuarios profesionales, no existe competencia de forma consolidada y de suministradores individuales de productos y servicios en España. A nivel internacional, existen diferentes propuestas como VerticalNet pero que no han conseguido integrar sus soluciones en una Plataforma verdaderamente operativa y no ha conseguido el apoyo de diferentes colectivos representativos e importantes de los profesionales norteamericanos.

No existe, por tanto, una Plataforma que tenga el enfoque preciso de Recol.es. Sí es cierto que la evolución de los operadores de red les llevará a considerar colectivos verticales como público objetivo y que se allegarán recursos para captar a los colectivos. Sin embargo, la segmentación “profesional” es difusa y compleja, las estrategias de fidelización son caras y la dependencia “deontológica” del profesional en España respecto de su profesión un factor relevante. Los colegios son la correa de transmisión de las inquietudes del profesional y las soluciones patrocinadas por ellos una de las claves para su aceptación. Recol pretende fidelizar al profesional como accionista y no sólo como usuario, estrategia de fidelización que ha sido la base de todo este proyecto.



Las soluciones telemáticas profesionales son más complejas de diseñar, costosas de desarrollar y exigentes de satisfacer, debido a que tienen impacto directo en la carrera profesional y, de modo indirecto, en las expectativas profesionales y económicas de los usuarios. La gran ventaja de Recol es que dispondrá del canal de comunicación más válido para contribuir a su diseño y desarrollo, y ello le permitirá estar en la punta de lanza de este segmento de mercado.

Respecto de la competencia en particular Terra está generando un producto llamado OlePuntos del que Recol se diferencia estratégicamente, con las características de su servicio de Valor Añadido P-Bank. Existen, al margen de VerticalNet, desarrollos parecidos al sistema propuesto por P-Bank a nivel internacional (Noruega e Irlanda fundamentalmente) pero con un enfoque más disperso que el desarrollado por Recol.

Respecto de lo que el usuario considera empresas en Internet (Terra, ya.com, etc.) Recol no compite con ellas sino que concurre. Con esto queremos decir que no se tratan de soluciones excluyentes sino, posiblemente, complementarias. Recol tendrá tráfico durante los días laborables de la semana y el resto de empresas enfocan sus contenidos hacia el ocio principalmente.

En conclusión, el mercado objetivo de Recol, la comunidad de profesionales adscritos a colectivos en España y, a medio plazo, Latinoamérica y las zonas de habla hispana de los EE.UU, presenta una importante oportunidad de crecimiento que emana de los siguientes factores:

- un mercado amplio de potenciales usuarios con necesidades comunes (interprofesionales e intraprofesionales)
- un gran potencial de crecimiento debido a la baja penetración de estas soluciones en Internet y el nivel de calidad de las soluciones aportadas
- una industria sin líder consolidado
- la posición de Recol respecto de la Fundación Red de Colegios Profesionales y la potencialidad de este interlocutor respecto de numerosos colectivos.

## **4.7 CIRCUNSTANCIAS CONDICIONANTES**

### **4.7.1 Grado de estacionalidad del negocio**

Respecto del grado de estacionalidad, señalar que Recol pretende ser el Internet rentable en el lugar de trabajo. Su perfil de usuario es completamente distinto del tradicional y no sufrirá en principio variaciones de demanda que supongan grados de estacionalidad altos. Incluso en época de vacaciones Recol ofrece soluciones telemáticas formativas que serán de interés en dichas fechas. Por tanto, la Sociedad no prevé que la estacionalidad afecte en general al nivel de utilización de sus servicios telemáticos.

### **4.7.2 Patentes y marcas**

#### *Patentes*

Respecto de la eventual dependencia de patentes y marcas, señalar que respecto de las primeras Recol dispone de una licencia R3 de SAP que le sirve de herramienta de gestión

empresarial.

#### *Marcas*

La Sociedad es titular de la marca española RECOL denominativa número 2118685, en virtud de escritura pública otorgada ante Notario con fecha de dieciséis de marzo de 2000, que se encuentra pendiente de inscripción en la Oficina Española de Patentes y Marcas. Asimismo, la Sociedad ha solicitado el registro de las siguientes marcas: Recol La Red de los Profesionales, Centeuos, Canal Profesional, el gráfico “R” distintivo de la Sociedad y la marca mixta “R” Recol. Todas ellas se encuentran en trámite ante la Oficina Española de Patentes y Marcas.

#### *Dominios de internet*

El dominio recol.es ha sido cedido en favor de la Sociedad. El alta del dominio en favor de la Sociedad y la baja del anterior titular se han presentado ante el ente público de la Red Técnica Española de Televisión, autoridad de asignación de nombres de dominio bajo el código de país correspondiente a España (.es), estando pendiente la asignación del mismo a la Sociedad.

#### **4.7.3 Investigación y desarrollo.**

Recol dispone de un equipo de profesionales dedicado al estudio de las novedades que se van produciendo en un medio tan activo y cambiante como es Internet. Dicho equipo analiza, estudia y evalúa las nuevas tecnologías disponible, o en vías de aparición.

Recol ofrece acceso al nodo de Internet a través de Infovía plus, con tecnología ATM y posibilidad de que los clientes accedan a través de la telefonía normal RTC, líneas digitales RDSI o incluso líneas de alta velocidad ADSL, dependiendo del desarrollo de estos servicios o de otras tecnologías disponibles en el futuro. Recol es consciente de que las líneas de telefonía fija como fuente de acceso serán complementadas en el futuro por la utilización de teléfonos móviles o la red de cable para transmitir señales de televisión, incluso por medios satelitales; Recol proporcionará el acceso independientemente del medio que el usuario desee utilizar y para ello pretende llegar a acuerdos con los operadores de los nuevos medios de acceso y adaptar continuamente sus infraestructuras tecnológicas para conectar a los usuarios a dichos nuevos medios

La Dirección de Desarrollo Tecnológico está continuamente realizando prospecciones y estudios de mercado para preparar la necesaria evolución hacia nuevas tecnologías. Se está estudiando incluso el acceso vía satélite, pues los costos de este tipo de accesos empieza a ser competitivo para ciertas zonas geográficas.

#### **4.7.4 Litigios o arbitrajes**

No existe en la Sociedad ningún litigio o arbitraje, por lo que no se dan riesgos graves desde este punto de vista para la situación patrimonial del emisor.

#### **4.7.5 Interrupción de las actividades del emisor**

No ha habido interrupción alguna de las actividades de Recol, con independencia de interrupciones no relevantes de carácter técnico tales como parada transitoria en el acceso.

#### **4.7.6 Implementación de medidas de seguridad por parte de la Sociedad**

La Sociedad ha previsto la implantación, antes del mes de junio de 2000, de tres Planes, complementarios entre sí, que se referirán al conjunto de procesos tendentes a garantizar la seguridad de la arquitectura del sistema anteriormente presentada. Dichos planes, que serán esbozados a continuación, hacen referencia a aspectos relacionados con el tratamiento de información por parte de los responsables del sistema técnico, a la continuidad y adaptabilidad del sistema técnico a los diferentes desarrollos tecnológicos que se produzcan y a las contingencias que pudieran surgir y afectaran a la prestación de los servicios técnicos y telemáticos por parte de la compañía.

#### **4.7.6.1. Plan de Seguridad Integral (PSI)**

Las medidas de seguridad que La Sociedad implementará, en su Plan de Seguridad Integral (PSI), se basan, con independencia de las medidas físicas, en estructurar un conjunto de elementos, en distintos niveles de responsabilidad y funcionales, atendiendo a la naturaleza de la información tratada y teniendo en cuenta la necesidad de garantizar la confidencialidad y la integridad de la misma. La compañía ha identificado siete procedimientos básicos que contemplan los siguientes aspectos:

##### **1. Documento Interno de Seguridad.**

En este documento, que será distribuido a todos los empleados de la Sociedad, figuran las políticas de seguridad de la Sociedad respecto al área de datos automatizados y el desarrollo de esas políticas de acuerdo con la normativa general y particular vigente.

##### **2. Funciones y obligaciones del personal. Plan de seguridad personalizado.**

Todo el personal de la compañía que tenga acceso a los datos y a los sistemas de información deberá conocer claramente y mediante el correspondiente documento personalizado cuáles son sus funciones y obligaciones con relación a dichos elementos informativos.

##### **3.- Registro de Incidencias.**

Recogerá la notificación de las incidencias que se produzcan en el curso de los tratamientos de datos.

##### **4. Identificación y autenticación.**

En este apartado se recogerá el procedimiento en el que se establece la distribución y almacenamiento de contraseñas que garantizan la confidencialidad e integridad de los procesos a llevar a cabo por el usuario. Asimismo, se mantiene una relación actualizada de los usuarios que tienen acceso al sistema y se establecen los procedimientos de identificación y autenticación para el acceso a éste.

##### **5. Control de accesos.**

Independientemente del establecimiento de contraseñas, este documento recogerá las medidas de control de accesos incluyendo las siguientes: (i) los usuarios del sistema de información sólo tendrán acceso autorizado a aquellos datos y recursos informáticos que precisen para los servicios para los que están autorizados, (ii) se establecen los mecanismos para evitar que un usuario pueda acceder a información o recursos con derechos distintos a los autorizados, (iii) se establece la relación de usuarios con los derechos de accesos autorizados para cada uno de ellos, (iv) se establecen los procedimientos para que únicamente el personal autorizado pueda

conceder, alterar o anular el acceso autorizado sobre los datos y recursos conforme a los criterios establecidos por el responsable del fichero.

#### 6. Gestión de soportes.

Al margen de las medidas de seguridad física, lógica y jurídica existen las medidas de seguridad organizativo–administrativa. Entre ellas se encuentran las correspondientes a la gestión de soporte. Estos soportes deberán permitir identificar el tipo de información que contiene, ser inventariados y ser almacenados en un lugar de acceso restringido.

#### 7. Copias de respaldo y recuperación.

Este procedimiento recogerá las medidas para garantizar la reconstrucción de los ficheros en el caso de que sucediese alguna pérdida o destrucción.

### **4.7.6.2. Plan de Continuidad y Adaptación**

Este Plan cubrirá los diferentes procesos, áreas y plataformas de servicio, evaluando periódicamente su idoneidad, así como los resultados de las pruebas que se realicen. Permitirá a la compañía el análisis de su estructura técnica integral y adaptarla a cualquier desarrollo que se produzca en su entorno.

### **4.7.6.3. Plan de Contingencia**

Permitirá garantizar razonablemente, y a través de los medios alternativos propios o contratados, poder permitir la reanudación de las operaciones en el plazo más corto posible cuando aquéllas sean interrumpidas por causas de fuerza mayor.

### **4.7.7 Riesgos específicos adicionales del proyecto Recol**

Además de los riesgos que se han detallado en el capítulo 0, existen varios riesgos adicionales del proyecto Recol que deben ser valorados adecuadamente para adoptar una decisión de inversión en el marco de esta Oferta.

#### *Incertidumbre sobre el desarrollo del mercado de soluciones profesionales por Internet*

Es arriesgado predecir el grado de desarrollo futuro de un mercado, o de una forma de hacer negocio, tan incipiente. El crecimiento de las soluciones profesionales a través de Internet puede no continuar en el grado actual o puede crecer más despacio de lo previsto. Dicho crecimiento depende de factores, tanto endógenos como exógenos, muchos de ellos fuera del control efectivo de la Sociedad: el coste de las telecomunicaciones de acceso, el coste del hardware de acceso y sus elementos auxiliares, la natural desconfianza del público, el posible fracaso en la aceptación de los medios de pago electrónicos (correlacionado con el grado de utilización de tarjetas de crédito, inferior en España al de otras economías desarrolladas), la aparición de noticias difamatorias que afecten al valor de las acciones que se ofrecen, el mantenimiento de los estándares de calidad de servicio fuera del control de la Sociedad, insalvables dificultades de uso tanto psicológicas como materiales, etc.

Diferentes factores, de mucho eco en las noticias sobre Internet, pueden afectar al futuro del negocio, de una manera ambivalente. Si se impusiera la tarifa plana por el uso de la línea telefónica en su conexión con Internet podrían producirse abusos de utilización que pudieran colapsar en parte los accesos a los nodos de comunicaciones línea telefónica. Si el tráfico en la

red disminuye, y el mercado de soluciones profesionales a través de Internet no se desarrolla como la Sociedad espera, los resultados, situación financiera y perspectivas de la Sociedad se verían afectados negativamente.

#### *Falta de experiencia de los promotores de la Sociedad*

Los consejeros ejecutivos y promotores de la Sociedad no tienen una experiencia anterior en la gestión de un negocio de este nivel tecnológico y al nivel de exigencia que supondrá en un futuro. Los consejeros ejecutivos y promotores tienen un perfil gestor que deberá adaptarse a los mencionados niveles, adaptación que está llevando a cabo con destacadas incorporaciones del sector, aunque a un coste elevado. Si esta adaptación no se realiza con éxito, los resultados, situación financiera y perspectivas de la Sociedad se verían negativamente afectados. No existe un negocio tradicional de base tecnológica que sustente la experiencia de los gestores de Recol o que les permita diversificar el riesgo que este proyecto pudiera suponer, al contrario que operadores de telecomunicaciones que están entrando en el sector Internet.

#### *Incertidumbres sobre la capacidad de la Sociedad para gestionar su crecimiento*

Desde el punto de vista de administración específica de la sociedad, la Sociedad podría experimentar dificultades para gestionar su previsible expansión. Se da, hoy por hoy, mucha escasez de personal cualificado lo que implicarán altos gastos de atracción de estos profesionales y la necesidad de ofrecer paquetes salariales competitivos que se detraerán de los resultados de la sociedad.

Todos los servicios integrados deben, a su vez, ser escalables, y eso puede provocar problemas de capacidad: logística, de buen servicio de los sistemas de información, de gestión del caudal de acceso a Internet o en servicios como los call-centers. Por tanto, para la Sociedad es preciso optimizar su oferta dinámicamente, lo que le exigirá grandes esfuerzos adaptativos. Si la Sociedad no es capaz de coordinar e integrar eficazmente todos los recursos, podría producirse un aumento de los gastos y una disminución de los ingresos, que afectaría negativamente a sus resultados, situación financiera y perspectivas.

#### *Incertidumbres sobre la capacidad para realizar las alianzas y adquisiciones necesarias*

La Sociedad deberá entablar diferentes alianzas, empresas en común y adquisiciones para consolidar la posición estratégica que obtenga en su mercado objetivo (nuevas inversiones en capital o en adquisiciones). Deberá destinar para ello fondos adicionales que podrían resultar en dilución para los actuales accionistas, incrementar los riesgos en otras áreas de negocio y tener dificultades en la coordinación de diferentes filosofías empresariales. La Sociedad no puede asegurar el éxito de las alianzas y adquisiciones futuras, ni que será capaz de financiar dichas operaciones. Si la Sociedad no es capaz de integrar los negocios, el personal y los servicios que se deriven de estas alianzas y adquisiciones, la calidad de los servicios de la Sociedad podría verse afectada, y ello afectaría negativamente a sus resultados, situación financiera y perspectivas.

#### *Incertidumbres sobre la capacidad para atraer usuarios y desarrollar sus marcas*

La Sociedad deberá desarrollar un esfuerzo continuado en la mejora de contenidos y prestaciones para atraer usuarios y anunciantes, con crecientes gastos en el desarrollo del conocimiento de las marcas que explota a través de la Red Internet. Se dan, asimismo, riesgos derivados de la necesidad de adaptaciones constantes de los servicios y productos ofrecidos o de la necesaria incorporación de nuevas ideas, todo ello con el condicionante de la existencia

de barreras de entrada muy bajas desde el punto de vista tecnológico. Los costes de marketing son, en términos absolutos y relativos, muy altos y exige acertar en su verdadero impacto, con el fin de atraer y mantener usuarios, anunciantes y socios de comercio electrónico.

La promoción y potenciación de las marcas de la Sociedad dependerá de la capacidad para proporcionar contenido y servicios de alta calidad, prestaciones y funcionalidad en su plataforma. El valor de las marcas de la Sociedad se vería disminuido en caso de que ello no fuera así, afectando negativamente a los resultados, situación financiera y perspectivas de la Sociedad.

#### *Incremento de la competencia*

Los administradores consideran que la Plataforma que ofrecen a los profesionales no es difícil de ser replicada por diferentes competidores, actuales o potenciales, a corto y medio plazo. Por tanto, es preciso acertar en todas y cada de las acciones de marketing dirigidas a profesionales y en el diseño de los servicios que se les ofrecen al objeto de fidelizarlos con prontitud.

La Sociedad opera en un sector en el que se estiman numerosas entradas debido al grado de rentabilidad futura percibido. El incremento de la competencia puede producirse en mercados objetivos coincidentes con otros operadores en Internet, lo que podría suponer pérdidas de clientes, reducciones de ingresos publicitarios, pérdidas de ingresos en las áreas de comercio electrónico, pérdida de cuota de mercado y reducción de páginas servidas. Si la competencia desarrolla servicios de mejor aceptación por los profesionales, la pérdida de usuarios podría tener un impacto negativo en los resultados, situación financiera y perspectivas de la Sociedad.

#### *Dependencia tecnológica*

La Sociedad depende de terceros en cuanto a la provisión de contenidos o provisión de elementos de tecnología. Internet es un entorno relacional operador-usuario y operador-proveedores, y ambas relaciones exigen amplias dosis de capacidades de gestión. Como más adelante se señala, Internet es más una forma de facilitar los modos de hacer negocios que un sector preciso y definible en sí, y por ello se dan importantes incertidumbres acerca de sus futuras líneas de desarrollo. Es preciso establecer relaciones basadas en la lealtad respecto de los contenidos ofrecidos y asumir las expectativas de servicio de clientes exigentes, como los profesionales, en un sentido muy distinto al de un usuario normal. El inversor potencial debe ser, finalmente, consciente de que esta Sociedad viene a promover una Plataforma vertical de servicios sin haber consolidado plenamente las marcas ni los contenidos, ni haber explotado todos los canales de marketing para darse a conocer.

### **4.7.8 Riesgos asociados a los mercados e infraestructura tecnológica de Internet.**

#### *Dependencia del aumento del acceso a Internet*

Internet llega a una minoría de personas en el mundo, es mayor su impacto que su realidad presente. Es pura potencia, no actualidad. Su desarrollo seguirá dependiendo del acceso a la red digital que, a su vez, está correlacionado con el coste de las comunicaciones telefónicas en la actualidad o las tecnologías que las sustituyan. Otros factores que inciden en el nivel de riesgos derivados de Internet y las nuevas tecnologías residen en la necesidad de mejorar las facilidades en la configuración de equipos para evitar los problemas psicológicos de acceso, así como adaptarse a los cambios que se producirán derivados de los equipos a través de los cuales accedan en el futuro los usuarios a la Red, incertidumbre que subsiste y que marcará el negocio en el futuro.

### *Incertidumbres sobre el mercado de publicidad por Internet y el nivel de ingresos*

Se dan riesgos relacionados con el mercado de publicidad o del espacio disponible para hacer inserciones publicitarias en la Red, aspecto que guarda una relación directa con el nivel de ingresos previsto por los administradores de la Sociedad. Puede darse una mala identificación de los potenciales anunciantes o una tardanza excesiva en identificar a los anunciantes adecuados. Se dan altas dificultades en la medición de la adecuada rentabilidad de las inserciones, errónea comprensión de estos modos de anunciarse por parte de los potenciales anunciantes, etc. Si no se desarrollan estándares fiables para la medida de la eficacia de la publicidad en Internet, los anunciantes podrían optar por no hacer uso de la plataforma promovida por la Sociedad para anunciar sus productos y servicios.

Recol podría experimentar dificultades en cuanto a la identificación de las comunidades de profesionales específicas que fueran más rentables o que supongan ingresos más altos para la Sociedad. No se da homogeneidad en cuanto a la utilización de servicios o necesidades electrónicas por parte de todas las comunidades de profesionales y, como antes hemos indicado, existen muchas comunidades, algunas de ellas no identificadas todavía. Podrían, por tanto, producirse problemas de desenfoco (utilización de recursos comerciales excesivos en comunidades con escasa rentabilidad) o de alcance (uso escaso de recursos para dotar de servicios a comunidades que son más rentables o exigen más recursos).

Es imposible evaluar el grado de inercia que se podría dar en el mantenimiento de los canales de distribución tradicionales y el impacto que esto podría tener en el nivel de ingresos. Resulta, asimismo, en este momento imposible una acertada estimación acerca de en qué momento futuro puede darse una definitiva madurez en la consolidación de las fuentes de ingresos.

### *Incertidumbres sobre la evolución del comercio electrónico*

Pueden producirse dificultades en cuanto a la eficacia y usos definitivos del comercio electrónico, aspecto esencial a la hora de consolidar los resultados de la Sociedad. En definitiva, se trata de un sector que experimenta rápidos cambios, muchos de ellos difícilmente previsible, del cual se desconocen sus límites aplicativos y el grado de penetración futura; es claro que la Sociedad experimentará todos estos riesgos y deberá anticiparse a su existencia. El impacto organizativo del comercio electrónico y las soluciones que se adoptarán para desarrollarlo significan retos de gestión imposibles de evaluar en este momento.

Asimismo, hasta ahora sólo se está instalando o desarrollando la infraestructura; operaciones concretas como las derivadas del comercio electrónico pueden tardar mucho en convertirse en rentables para Recol. En este apartado en particular se dan diferentes problemas debido a la mala imagen de algunas transacciones (órganos humanos, pornografía) y a la desconfianza que provoca el impacto notorio de los piratas informáticos o "hackers".

No puede darse una previsión correcta acerca del futuro éxito del comercio electrónico de productos no discrecionales o nuevos productos, en muchos de los cuales se basan los servicios que ofrece Recol ni de los problemas relacionados con este comercio, como pueden ser el nivel de los costes de envío, adaptar este comercio a productos perecederos, satisfacer la necesidad de prueba de los usuarios o el alto nivel de precios percibido.

### *Inseguridad de las operaciones de comercio electrónico*

La Sociedad deberá afrontar la actual desconfianza del público en general y de sus usuarios-objetivo hacia la seguridad de las transacciones realizadas a través de comercio electrónico y hacia los grados de confidencialidad de la información que se transfiere en ellas. La Sociedad experimentará, posiblemente, dificultades para desarrollar sus capacidades para penetrar eficazmente en el contexto de comercio electrónico y dependerá de sus proveedores tecnológicos, cuyas operaciones no controla, para efectuar mejoras del tiempo de conexión para la realización de compras on-line.

#### *Dependencia de los proveedores de servicios de telecomunicaciones*

Los riesgos relacionados con su mera existencia son muy diversos y los relacionados específicamente con la actividad de Recol no difieren en exceso de los propios del sector en sí. En principio, se dan riesgos vinculados con las prestaciones de los proveedores de servicios de telecomunicaciones (por ejemplo, fallos de transmisión locales o globales), cuyo traslado a las operaciones de la Sociedad podrían afectar a la calidad en las conexiones y a la prestación de servicios en sí.

La Sociedad no puede permitirse, sin merma en sus ingresos actuales o futuros, interrumpir el servicio o disminuir las prestaciones, debido a la imagen negativa que podría imputarse a la Sociedad. Dichos riesgos se incrementarán a medida que la Sociedad asuma niveles crecientes de tráfico en la red.

#### *Indefinición de las tecnologías de acceso a Internet*

Un riesgo general que afecta a Internet es la indefinición en cuanto a las tecnologías de futuro para el acceso a la Red: banda ancha servida por los actuales competidores o por nuevos operadores, utilización de redes satelitales de órbita baja en desarrollo o entradas de operadores de cable en el negocio. Esta indefinición provoca para la Sociedad la necesidad de forjar alianzas en materia de tecnología no sólo presente sino futura.

#### *Volatilidad de los usuarios de Internet*

Es difícil precisar cuál será el impacto de las nuevas tecnologías en materias tales como el mantenimiento de y captación de clientes y su impacto en costes operativos. Existe, en la actualidad, un alto grado de rotación de clientes o de falta de “fidelización”, debida a la aparición constante de novedades patrocinadas por nuevos operadores y al deseo de los usuarios de consumir dichas novedades, se adapten o no a sus necesidades. La Sociedad experimentará, en mayor o menor grado, esta volatilidad por parte de los usuarios, y deberá comprometer recursos en estrategias de fidelización.

#### *Dependencia de cambios estructurales*

Es crítico para Recol el mantenimiento de la estabilidad del sistema global. De este modo podría asumir su capacidad para atender a los repuntes de la demanda, adoptar cambios o novedades que afecten al sistema e integrar toda la cadena comercial en el proceso de comercio electrónico. Un riesgo que el inversor potencial debe valorar en el entorno Internet reside en que se reconoce la necesidad de cambios estructurales en todo el sistema pero no se sabe cuándo vendrán, pues su expresión depende de la voluntad de usuarios y de operadores de tecnología de las telecomunicaciones.

#### *Alteración de sistemas por virus informático*



Los virus informáticos pueden causar alteraciones en los sistemas de la plataforma, llegando incluso a interrumpir el servicio. Además, la transmisión involuntaria de virus informáticos desde los sistemas de la Sociedad podría dar lugar a reclamaciones o denuncias contra la Sociedad. Además, si se diera el caso de que un virus informático afectara a los sistemas de la Sociedad, y se le diera publicidad a este hecho, la reputación de la Sociedad resultaría dañada y descendería el tráfico.

#### **4.7.9 Riesgos asociados a la incertidumbre legal**

##### *Normativa sobre Internet*

No se han dado desarrollos definitivos acerca de la normativa sobre Internet, sea a nivel nacional o internacional. Sí que es previsible que en el futuro le afecten normas específicas de carácter fiscal, regulaciones acerca de las características y calidad de los servicios, legislación sobre protección de los consumidores y normativa sobre competencia desleal y defensa de la competencia, propiedad intelectual e industrial, privacidad, difamación, pornografía, comercio transnacional o responsabilidad sobre contenidos más allá de la normativa general existente en la legislación española sobre estas materias. Influirá decisivamente en el panorama legal la futura aprobación de la directiva comunitaria relativa a determinados aspectos jurídicos del comercio electrónico en el mercado interior. Todo ello puede suponer un aumento de los costes de la Sociedad o limitar su capacidad para prestar servicios.

##### *Posible transgresión de los derechos de propiedad intelectual y propiedad industrial de terceros*

Se dan riesgos importantes basados en la normativa de propiedad intelectual (copias, infracciones de derechos ajenos o de terceros, etc.). Estos riesgos tienen su origen en el hecho de que la Plataforma de contenidos que desarrolla Recol podría servir como base para que otros incurrieran en infracciones de la propiedad intelectual.

##### *Eventuales responsabilidades de la Sociedad por los contenidos de la plataforma*

Las leyes relativas a las responsabilidades legales de las sociedades que proporcionan servicios en Internet como consecuencia de las actividades de sus usuarios no están desarrolladas en España. Sin embargo, se han producido reclamaciones contra proveedores de servicios on-line por difamación, negligencia, violación de los derechos de la propiedad intelectual e industrial, obscenidad, juego ilegal o injurias. La Sociedad podría ser objeto de denuncias similares e incurrir en costes significativos en su defensa. Además, la Sociedad podría estar expuesta a responsabilidad legal por el contenido accesible a través de la plataforma o por el que sus usuarios hayan puesto en los servicios interactivos de la misma. Es igualmente posible que la información proporcionada a través de los servicios de la Sociedad contenga errores, lo que podría motivar reclamaciones de terceros que hayan podido sufrir daños como consecuencia de dicha información errónea.

Asimismo, la Sociedad proporciona servicio de correo electrónico, lo que la expone a responsabilidades legales o reclamaciones resultantes de correo electrónico no solicitado, pérdida o envío erróneo de mensajes, uso ilegal o fraudulento de correo electrónico o interrupciones o retrasos en el servicio de correo electrónico, y la investigación y defensa contra estas reclamaciones es elevada, incluso si no comportan responsabilidad legal.

En principio, según se explica en el capítulo III, la Sociedad no será responsable del uso indebido que hagan los usuarios de los servicios prestados por la Sociedad.

#### *Eventuales responsabilidades de la Sociedad por los productos vendidos de la plataforma*

La Sociedad ofrecerá productos y servicios de terceros a través de la plataforma, obteniendo a cambio un porcentaje de los ingresos generados en estas transacciones. Como consecuencia de estos acuerdos, la Sociedad puede ser objeto de reclamaciones, incluyendo responsabilidad legal sobre el producto o lesiones que pueda causar, incluso aunque la Sociedad no sea la proveedora de dichos productos o servicios. Estas reclamaciones pueden provocar que la Sociedad tenga que incurrir en gastos significativos para su defensa. Aunque los acuerdos que la Sociedad establezca con terceros contemplarán en la medida de lo posible una indemnización contra responsabilidades legales de esa naturaleza, tal indemnización puede no ser adecuada o suficiente.

Igualmente, los seguros de la Sociedad contra este tipo de contingencias pueden no llegar a cubrir todas las reclamaciones potenciales a las que la Sociedad está expuesta, o pueden no ser adecuados para dar cobertura a la Sociedad de todas las responsabilidades legales que le puedan imponer. Cualquier responsabilidad legal incurrida que no esté cubierta o que exceda la cobertura de seguro podría tener un efecto negativo en nuestros negocios, condición financiera y resultados operativos.

En todo caso, según se explica en el capítulo III, la Sociedad no será responsable del incumplimiento de las obligaciones (entrega de la cosa o prestación del servicio) objeto de los contratos realizados a través de Internet por los usuarios de los servicios de la Sociedad con terceros de los que la Sociedad no sea parte.

#### *Restricciones en la captación y uso de datos personales de los usuarios*

El cumplimiento de la legislación aplicable a la protección de datos limita la potestad de la Sociedad de capturar y utilizar información personal de los usuarios de sus servicios. Ello unido a la creciente sensibilidad del público en lo que concierne a la privacidad podría restringir el uso comercial de la información de usuario, lo que afectaría a los negocios de la Sociedad, su condición financiera y resultados operativos.

#### **4.7.10 Relaciones contractuales con accionistas significativos**

Alkhaid, principal soporte tecnológico de la Sociedad, tendrá tras la Oferta una participación superior al 15% en el capital de la Sociedad. Asimismo, varios miembros del Consejo de Administración de la Sociedad están vinculados a Alkhaid. La Sociedad ha establecido un Código de Conducta y un Reglamento del Consejo de Administración que establecen una serie de cautelas para evitar la existencia de conflictos de intereses, incluyendo la creación de una comisión especial en el marco del Consejo de Administración que tendrá como objeto informar acerca de cualquier posible conflicto de intereses, y con estas medidas entiende que los intereses de la Sociedad están adecuadamente protegidos frente a cualquier posible conflicto de interés (véase Capítulo VI).

# **CAPITULO VI**

# **CAPITULO V**

## **CAPÍTULO V**

### **EL PATRIMONIO, SITUACIÓN FINANCIERA Y RESULTADOS DEL EMISOR**

#### **V.1. INTRODUCCIÓN**

La Sociedad, debido a su reciente constitución, no presenta información histórica, no considerándose adicionalmente relevante la actividad relacionada con internet que pudiera ser desarrollada con anterioridad por la Fundación Red de Colegios Profesionales ni por Alkhaid Technologies, S.L., accionistas de la Sociedad a 31 de diciembre de 1999, y de la que pudiera entenderse continuadora la Sociedad, puesto que ésta tiene un plan de negocio cuyas bases difieren por corresponder a un modelo de negocio distinto y significativamente más amplio que el de aquellas Entidades en ejercicios anteriores. Por las razones expuestas, no ha sido preparada información contable proforma anterior a la fecha de constitución de la Sociedad (13 de septiembre de 1999).

#### **V.2. INFORMACIONES CONTABLES DE RECOL NETWORKS S.A.**

A continuación se presenta los balances de situación, las cuentas de pérdidas y ganancias y los cuadros de financiación de la Sociedad, correspondiente al período de tres meses terminado el 31 de marzo de 2000 y al periodo comprendido entre el 13 de septiembre de 1999 y el 31 de diciembre de 1999.

En el **Anexo 1** del Folleto se adjuntan las Cuentas Anuales y el Informe de Gestión de la Sociedad, relativos al período comprendido entre el 13 de septiembre de 1999 y el 31 de diciembre de 1999, junto con el informe de auditoría.

Adicionalmente en el **Anexo 1** se adjuntan los estados financieros relativos al período terminado el 31 de marzo de 2000, junto con el informe de revisión limitada firmado por los auditores.

##### **V.2.1. Balance de Situación de la Sociedad a 31 de marzo de 2000 y 31 de diciembre de 1999**

A continuación se presenta el balance de situación de la Sociedad a 31 de marzo de 2000 y a 31 de diciembre de 1999:

ACTIVO	Miles de Pesetas	
	31-12-99	31-03-00
<b>INMOVILIZADO:</b>		
<b>Gastos de establecimiento</b>	<b>95</b>	<b>17.307</b>
<b>Inmovilizaciones inmateriales</b>	<b>28.048</b>	<b>187.462</b>
Coste	29.402	192.885
Amortización acumulada	(1.354)	(5.423)
<b>Inmovilizaciones materiales</b>	<b>3.041</b>	<b>10.080</b>
Coste	3.087	10.433
Amortización acumulada	(46)	(353)
<b>Inmovilizaciones financieras</b>	<b>4.000</b>	<b>4.000</b>
<b>Total inmovilizado</b>	<b>35.184</b>	<b>218.849</b>
<b>GASTOS A DISTRIBUIR :</b>	-	<b>349.626</b>
<b>ACTIVO CIRCULANTE:</b>		
<b>Deudores-</b>	<b>14.106</b>	<b>162.845</b>
Deudores varios	2.820	7.196
Administraciones Públicas	11.286	155.649
<b>Tesorería</b>	<b>142.881</b>	<b>762.014</b>
<b>I.F.T.</b>	<b>14.070</b>	<b>14.070</b>
<b>Ajustes por periodificación</b>	<b>56</b>	-
<b>Total activo circulante</b>	<b>171.113</b>	<b>938.929</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>206.297</b>	<b>1.507.404</b>

PASIVO	Miles de Pesetas	
	31-12-99	31-03-00
<b>FONDOS PROPIOS:</b>		
<b>Capital suscrito</b>	<b>10.000</b>	<b>1.687.864</b>
<b>Resultados negativos ejercicios anteriores</b>		<b>(76.189)</b>
<b>Pérdidas del período</b>	<b>(76.189)</b>	<b>(522.958)</b>
<b>Total fondos propios</b>	<b>(66.189)</b>	<b>1.088.717</b>
<b>ACREEDORES A CORTO PLAZO:</b>		
<b>Acreedores comerciales</b>	<b>57.815</b>	<b>402.822</b>
<b>Otras deudas no comerciales-</b>	<b>214.671</b>	<b>15.865</b>
Administraciones Públicas	3.841	12.898
Otras deudas	210.830	2.967
<b>Total acreedores a corto plazo</b>	<b>272.486</b>	<b>418.687</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>206.297</b>	<b>1.507.404</b>

**V.2.2. Cuenta de Pérdidas y Ganancias de la Sociedad correspondientes al período terminado el 31 de marzo de 2000 y el período comprendido entre el 13 de septiembre de 1999 y el 31 de diciembre de 1999 (no hay ejercicios anteriores).**

	Miles de Pesetas	
	31-12-99	31-03-00
<b>Ingresos de Explotación:</b>		
Importe neto de la cifra de negocios	-	-
<b>Gastos de Explotación:</b>		
Gastos de personal	3.966	32.539
Dotaciones para amortizaciones del inmovilizado	1.405	4.777
Otros gastos de explotación	55.843	485.662
<b>PÉRDIDAS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>61.214</b>	<b>522.978</b>
Ingresos financieros	25	27
Gastos financieros	-	7
<b>Resultados Financieros Positivos</b>	<b>25</b>	<b>20</b>
<b>PÉRDIDAS DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS</b>	<b>61.189</b>	<b>522.958</b>
Ingresos Extraordinarios	-	-
Gastos extraordinarios	15.000	-
<b>Resultados Extraordinarios Negativos</b>	<b>15.000</b>	<b>-</b>
<b>PÉRDIDAS DEL PERÍODO</b>	<b>76.189</b>	<b>522.958</b>

El informe de auditoría emitido por Arthur Andersen y Cía., S.Com., sobre los estados financieros de la Sociedad a 31 de diciembre de 1999 incluye la siguiente salvedad:

3. *A 31 de diciembre de 1999, la Sociedad no ha generado todavía ingresos de explotación por encontrarse en fase de lanzamiento del servicio, habiendo incurrido en pérdidas que han dado lugar a que el patrimonio neto de la Sociedad sea negativo y, en consecuencia, incurra en la causa de disolución 4ª del artículo 260 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas. En este sentido, la continuidad de la Sociedad dependerá en gran medida del grado de cumplimiento de los planes de negocio previstos, así como del mantenimiento en el apoyo financiero de sus accionistas. Con fecha 17 de febrero de 2000, la Junta General Extraordinaria de Accionistas aprobó una ampliación de capital para compensar pérdidas, restableciéndose de este modo el equilibrio patrimonial (véanse Notas 10 y 15).*

El informe especial de revisión limitada emitido por Arthur Andersen y Cía., S.Com., sobre los estados financieros de la Sociedad a 31 de marzo de 2000 incluye las siguientes aspectos dignos de mención:

5. *Con fecha 15 de febrero de 2000 la Sociedad suscribió un contrato con la Fundación de Red Colegios Profesionales por el que adquiriría la titularidad de la marca "Recol", estableciéndose como precio la cantidad de 143.436 miles de pesetas, que han sido registradas bajo el epígrafe "Inmovilizaciones Inmateriales" del activo del balance de situación al 31 de marzo adjunto (véanse Notas 3-b y 4) y que la Sociedad ha comenzado a amortizar considerando una vida útil de 10 años. A la fecha de emisión de este informe no hemos dispuesto de un informe de experto independiente que soporte la valoración de la citada marca y el período durante el que la misma contribuirá específicamente a la obtención de ingresos futuros al objeto de determinar el período durante el que la misma debería ser amortizada contablemente. En consecuencia, en estos momentos no podemos determinar la razonabilidad del importe por el que ha sido registrada contablemente la citada marca ni, en consecuencia, la necesidad de dotar, en su caso, una provisión por depreciación de las Inmovilizaciones Inmateriales.*
6. *A 31 de marzo de 2000, la Sociedad no ha generado todavía ingresos de explotación por encontrarse en fase de lanzamiento del servicio, habiendo incurrido en pérdidas que han disminuido el patrimonio neto de la Sociedad por debajo del 66% del capital suscrito y, en consecuencia, incurra en causa de disminución obligatoria de capital, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 163 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas. En este sentido, la continuidad de la Sociedad dependerá en gran medida del grado de cumplimiento de los planes de negocio previstos, así como del mantenimiento en el apoyo financiero de sus accionistas. Con fecha 17 de febrero de 2000, la Junta General Extraordinaria de Accionistas aprobó la realización de tres futuras ampliaciones de capital por un importe conjunto de 1.223.892 miles de pesetas, de las cuales una de ellas por importe de 807.927 miles de pesetas está previsto que tenga lugar en el plazo de un año desde la fecha de celebración de dicha Junta (véase Nota 8). La materialización de dichas ampliaciones de capital permitirán el restablecimiento del equilibrio patrimonial."*

### **V.2.3. Cuadro de Financiación de la Sociedad correspondiente al período terminado el 31 de marzo de 2000 y el período comprendido entre el 13 de septiembre de 1999 y el 31 de diciembre de 1999.**

A continuación se presenta el cuadro de financiación de la Sociedad correspondiente al período de tres meses terminado el 31 de marzo de 2000 y al periodo comprendido entre el 13 de septiembre de 1999 y el 31 de diciembre de 1999.



APLICACIONES	Miles de Pesetas		ORÍGENES	Miles de Pesetas	
	1999	2000		1999	2000
Recursos aplicados en las operaciones	74.784	509.216	Capital y prima de emisión aportado por los socios	10.000	1.677.864
Adiciones al inmovilizado inmaterial	29.402	163.483			
Adiciones al inmovilizado material	3.087	7.345			
Gastos de establecimiento	100	17.614			
Fianzas constituidas a largo plazo	4.000				
Gastos a distribuir en varios ejercicios		358.591			
<b>TOTAL APLICACIONES</b>	<b>111.373</b>	<b>1.056.249</b>	<b>TOTAL ORÍGENES</b>	<b>10.000</b>	<b>1.677.864</b>
<b>Exceso de orígenes sobre aplicaciones (aumento del capital circulante)</b>		<b>621.615</b>	<b>Exceso de aplicaciones sobre orígenes (disminución del capital circulante)</b>	<b>101.373</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>111.373</b>	<b>1.677.864</b>	<b>TOTAL</b>	<b>111.373</b>	<b>1.677.864</b>

VARIACIÓN DEL CAPITAL CIRCULANTE	Miles de Pesetas			
	1999		2000	
	Aumento	Disminución	Aumento	Disminución
Deudores	14.106		148.739	
Inversiones financieras temporales	14.070			
Tesorería	142.881		619.133	
Ajustes por periodificación	56			56
Acreeedores a corto plazo		272.486		146.201
<b>TOTAL</b>	<b>171.113</b>	<b>272.486</b>	<b>767.872</b>	<b>146.257</b>
<b>VARIACIÓN DEL CAPITAL CIRCULANTE</b>		<b>101.373</b>	<b>621.615</b>	

La conciliación entre los resultados contables y los recursos procedentes de las operaciones es la siguiente:

	Miles de pesetas	
	31-12-99	31-03-00
Resultado contable	(76.189)	(522.958)
Más-		
Dotación a las amortizaciones	1.405	4.777
Gastos a distribuir ejercicio		8.965
<b>Recursos procedentes de las operaciones</b>	<b>(74.784)</b>	<b>(509.216)</b>

### **V.3. PRINCIPIOS CONTABLES MÁS RELEVANTES Y DESGLOSES DE LAS PARTIDAS MÁS SIGNIFICATIVAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DE RECOL NETWORKS S.A..**

#### **V.3.1. Bases de presentación y normas de valoración**

Las bases de presentación y normas de valoración utilizadas para la formulación de las cuentas anuales de la Sociedad se describen respectivamente en las notas 2 y 4 de la memoria incluida en las cuentas anuales de la Sociedad, adjunta como **Anexo 1**.

#### **V.3.2. Gastos de Establecimiento**

En este epígrafe se incluyen los costes incurridos en la constitución de la Sociedad en concepto de impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentales. Durante el período comprendido entre el 13 de septiembre de 1999 y el 31 de diciembre de 1999 se han amortizado 5 miles de pesetas.

Las variaciones experimentadas en este epígrafe durante el período terminado el 31 de marzo de 2000 corresponden a los gastos de la ampliación de capital de fecha 17 de febrero de 2000 en concepto de impuesto de transmisiones patrimoniales y gastos de notaría, por importe de 17.614 miles de pesetas, así como las amortizaciones correspondientes del período por importe de 401 miles de pesetas.

#### **V.3.3. Inmovilizaciones Inmateriales**

El movimiento habido durante el período de tres meses terminado el 31 de marzo de 2000 y el período comprendido entre el 13 de septiembre de 1999 y el 31 de diciembre de 1999 en las diferentes cuentas de inmobilizaciones inmateriales y de sus correspondientes amortizaciones acumuladas ha sido el siguiente:

	Miles de Pesetas		
	Saldo al 31-12-99	Adiciones y Dotaciones	Saldo al 31-03-00
Coste:			
Patentes y marcas	162	143.436	143.598
Aplicaciones informáticas	29.240	20.047	49.287
Total coste	29.402	163.483	192.885
Amortización acumulada	(1.354)	(4.069)	(5.423)
<b>Inmovilizado inmaterial neto</b>	<b>28.048</b>	<b>159.414</b>	<b>187.462</b>

	Miles de Pesetas		
	Saldo al 13-09-99	Adiciones y Dotaciones	Saldo al 31-12-99
Coste:			
Patentes y marcas	-	162	162
Aplicaciones informáticas	-	29.240	29.240
Total coste	-	29.402	29.402
Amortización acumulada	-	(1.354)	(1.354)
<b>Inmovilizado inmaterial neto</b>	<b>-</b>	<b>28.048</b>	<b>28.048</b>

Las principales altas del ejercicio 1999 corresponden a la adquisición e implantación del sistema informático de gestión, y al software necesario para prestar los servicios de internet objeto de la actividad de la Sociedad.

Las adiciones del período terminado el 31 de marzo de 2000 corresponden principalmente a la adquisición de la marca “Recol” a la Fundación Red de Colegios Profesionales en el mes de febrero de 2000, y al desarrollo de los sistemas informáticos. La marca “Recol” fue adquirida por un precio de un millón de euros (166.386.000 pesetas), IVA incluido, del que resulta un precio sin IVA de 143.436 miles de pesetas.

La Sociedad amortiza la marca linealmente en un periodo de diez años, mientras que las aplicaciones informáticas se amortizan en cuatro años.

### V.3.4. Inmovilizaciones Materiales

El movimiento habido durante el período de tres meses terminado el 31 de marzo de 2000 y el periodo comprendido entre el 13 de septiembre de 1999 y el 31 de diciembre de 1999 en las diferentes cuentas de inmovilizaciones materiales y de sus correspondientes amortizaciones acumuladas ha sido el siguiente:

	Miles de Pesetas		
	Saldo al 31-12-99	Adiciones y Dotaciones	Saldo al 31-03-00
Coste:			
Equipos para proceso de información	3.087	2.487	5.575
Elementos de transporte	-	4.816	4.816
Otro inmovilizado	-	42	42
Total coste	3.087	7.345	10.433
Amortizaciones	(46)	(306)	(353)
<b>Inmovilizado material neto</b>	<b>3.041</b>	<b>7.039</b>	<b>10.080</b>

	Miles de Pesetas		
	Saldo al 13-09-99	Adiciones y Dotaciones	Saldo al 31-12-99
Coste:			
Equipos para proceso de información	-	3.087	3.087
Total coste	-	3.087	3.087
Amortizaciones	-	(46)	(46)
<b>Inmovilizado material neto</b>	<b>-</b>	<b>3.041</b>	<b>3.041</b>

Las altas de equipos informáticos corresponden principalmente a la adquisición de varios ordenadores e impresoras. Las altas correspondientes al periodo terminado el 31 de marzo de 2000 corresponden a la adquisición de un vehículo y equipos informáticos.

La Sociedad amortiza los equipos informáticos anteriormente descritos linealmente en cuatro años, mientras que los elementos de transporte y otro inmovilizado se amortizan en diez años. No existe fondo de comercio en los estados financieros de la Sociedad.

### V.3.5. Inmovilizaciones financieras

Los movimientos habidos en el período comprendido entre el 13 de septiembre de 1999 y el 31 de diciembre de 1999 han sido los siguientes:

	Miles de Pesetas		
	Saldo al 13-09-99	Altas	Saldo al 31-12-99
Fianzas constituidas	-	4.000	4.000
<b>Total inmovilizado financiero</b>	<b>-</b>	<b>4.000</b>	<b>4.000</b>

La fianza constituida corresponde al depósito por el alquiler de las nuevas oficinas de la Sociedad sitas en la Carretera de la Coruña, Km 16,800, Las Rozas-Madrid.

Durante el período terminado el 31 de marzo de 2000 no ha habido variaciones en el saldo del inmovilizado financiero.

### V.3.6. Gastos a distribuir en varios ejercicios

Este epígrafe corresponde a los gastos del contrato de prestación de servicios firmado con Alkhaid Technologies, S.L. en el mes de febrero que son imputados a resultado a lo largo de la duración del contrato.

En el periodo finalizado el 31 de marzo de 2000 se han imputado a resultado 8.965 miles de pesetas por este concepto, importe que se corresponde con la cantidad fija imputable al período del importe global del contrato suscrito con Alkhaid Technologies S.L. por un plazo de cinco años y por cuantía total de dos millones quinientos mil euros, IVA incluido.

### V.3.7. Deudores

Este epígrafe corresponde principalmente a los saldos deudores con Hacienda Pública incluidos en el apartado V.3.12. y al anticipo a proveedores por el pago de la primera mensualidad del alquiler de las nuevas oficinas de la Sociedad.

### V.3.8. Tesorería

Bajo este epígrafe al 31 de diciembre de 1999 se muestran los fondos depositados en cuentas corrientes bancarias procedentes de las aportaciones efectuadas a la Sociedad por Colegios

Profesionales, colegiados y profesionales empleados en la Sociedad a cuenta de la ampliación de capital habida el 17 de febrero de 2000 (Véase notas V.3.10.)

Al 31 de marzo de 2000 el aumento de los fondos de tesorería corresponden al desembolso dinerario correspondiente a la ampliación de capital realizada con fecha 17 de febrero de 2000.

### V.3.9. Inversiones Financieras Temporales

El saldo de este epígrafe del balance de situación al 31 de diciembre de 1999 corresponde íntegramente a la participación en un Fondo de Inversión Mobiliario Santander Activo FIM, suscrito el 14 de diciembre de 1999. El número de participaciones suscritas es de 9.183,83.

### V.3.10. Fondos Propios

El movimiento de fondos propios desde la constitución de la Sociedad hasta el 31 de marzo de 2000 y el 31 de diciembre de 1999 ha sido el siguiente:

	Miles de pesetas			
	Capital Suscrito	Reserva Legal	Resultados Ejerc. Anter.	Resultados del Período
Saldos al 13 de septiembre de 1999	10.000	-	-	-
Pérdida del período	-	-	-	(76.189)
<b>Saldos al 31 de diciembre de 1999</b>	<b>10.000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(76.189)</b>
Ampliación de capital	1.677.864	-	-	
Rdos negativos ejercicios anteriores			(76.189)	76.189
Pérdida del período	-	-		(522.958)
<b>Saldos al 31 de marzo de 2000</b>	<b>1.687.864</b>	<b>-</b>	<b>(76.189)</b>	<b>(522.958)</b>

#### V.3.10.1. Capital Social

La escritura de constitución de la Sociedad denomina en Euros el capital por un importe total de 61.102 Euros, equivalente a 10.000 miles de pesetas. Esta cantidad estaba representada por 601.020 acciones de 0,1 euro (16.638 pesetas) de valor nominal cada una de ellas.

Con fecha 17 de febrero de 2000 la Junta General Extraordinaria de Accionistas aprobó varias ampliaciones de capital por importe conjunto de 1.677.864 miles de pesetas (10.084.160 Euros). De este importe, 1.261.899 miles de pesetas (7.504.160 Euros) se aportaron mediante compensación de créditos, y 415.965 miles de pesetas (2.500.000 Euros) mediante aportaciones dinerarias, quedando fijado el número de acciones en circulación en 10.144.262. Con fecha 18 de febrero de 2000 dichas operaciones de ampliación de capital fueron elevadas a escritura pública, que ha quedado inscrita en el Registro Mercantil.

En la misma fecha, 17 de febrero de 2000, la Sociedad procedió a aumentar el valor nominal de las acciones que se fija en 1 Euro.

Los accionistas de la Sociedad al 31 de marzo de 2000 y al 31 de diciembre de 1999 son:

	Porcentaje de Participación	
	1999	2000
Fundación Red de Colegios Profesionales	66,67%	50,51%
Alkhaid Technologies, S.L.	33,33%	24,84%
Catalana D'Iniciatives C.R. S.A.	-	24,64%
Total	100%	100%

#### V.3.10.2. Situación Patrimonial

El artículo 260-4 de la Ley de Sociedades Anónimas establece que deberá disolverse la Sociedad cuando las pérdidas dejen reducido el patrimonio neto a una cantidad inferior a la mitad del capital social, a no ser que éste se aumente o reduzca en la medida suficiente. Los Administradores deben convocar Junta General de Accionistas en el plazo de dos meses desde la aprobación de las cuentas anuales para la adopción de los oportunos acuerdos.

Con fecha 17 de febrero de 2000 la Junta General Extraordinaria de Accionistas aprobó las ampliaciones de capital mencionadas en el apartado anterior por importe de 1.677.864 miles de pesetas (10.084.160 Euros) para el restablecimiento del equilibrio patrimonial de la Sociedad (Véase nota V.3.10.1).

#### V.3.10.3. Reserva legal

De acuerdo con el Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, debe destinarse una cifra igual al 10% del beneficio del ejercicio a la reserva legal, hasta que ésta alcance, al menos, el 20% del capital social.

La reserva legal podrá utilizarse para aumentar el capital en la parte de su saldo que exceda del 10% del capital ya aumentado.

Salvo para la finalidad mencionada anteriormente, y mientras no supere el 20% del capital social, esta reserva sólo podrá destinarse a la compensación de pérdidas y siempre que no existan otras reservas disponibles suficientes para este fin.

En el ejercicio 1999, la Sociedad no ha dotado importe alguno a reservas debido a la situación de resultados negativos en que se encuentra.

### V.3.11. Endeudamiento

La Sociedad al 31 de diciembre de 1999 mantiene las siguientes deudas a corto plazo, excluidas las relativas a Administraciones Públicas incluidas en el apartado V.3.12.

Acreedores comerciales: recoge principalmente las deudas de la Sociedad con sus proveedores de inmovilizado y acreedores por prestación de servicios.

Otras deudas no comerciales: bajo este epígrafe se incluye la deuda con los Colegios Profesionales, colegiados y empleados de la Sociedad, como consecuencia de las cantidades recibidas de los mismos a 31 de diciembre de 1999, a cuenta de la ampliación de capital realizada el 17 de febrero de 2000 (véase apartado V.3.10.1). Véase a este respecto el apartado 6.5 del Capítulo VI.

Al 31 de marzo de 2000 el saldo de otras deudas no comerciales ha disminuido respecto al saldo de 31 de diciembre de 2000 por la cesión de las aportaciones de Colegios Profesionales, colegiados y empleados de la Sociedad a uno de los accionistas de la Sociedad, para acudir a la ampliación de capital mencionada en el apartado V.3.10.

### V.3.12. Situación Fiscal

Los saldos mantenidos con Administraciones Públicas, al 31 de marzo de 200 y 31 de diciembre de 1999 son los siguientes:

	Miles de Pesetas	
	1999	2000
<b>Hacienda Pública Deudora:</b>		
IVA soportado	11.282	155.644
Retención IRPF	4	5
	<b>11.286</b>	<b>155.649</b>
<b>Hacienda Pública Acreedora:</b>		
Retenciones por IRPF	3.043	7.048
Organismos de la Seguridad Social	798	5.850
	<b>3.841</b>	<b>12.898</b>

El Impuesto de Sociedades se calcula en base al resultado económico o contable, obtenido por la aplicación de principios de contabilidad generalmente aceptados, que no necesariamente ha de coincidir con el resultado fiscal, entendiéndose éste como la base imponible del impuesto. El resultado contable del ejercicio 1999 coincide con el resultado fiscal. De acuerdo con la legislación vigente, las pérdidas fiscales de un ejercicio pueden compensarse a efectos impositivos con los beneficios de los diez ejercicios siguientes. La Sociedad tiene pendientes de inspección fiscal el periodo transcurrido desde su constitución en septiembre de 1999 para todos los impuestos que le son de aplicación.



**V.3.13. Estados de Flujos de Caja del período terminado el 31 de marzo de 2000 y del periodo comprendido entre el 13 de septiembre de 1999 y el 31 de diciembre de 1999.**

	Miles de Pesetas	
	1999	2000
Resultado neto	(76.189)	(522.958)
Ajustes al resultado-		
Amortizaciones	1.405	4.777
Gastos a distribuir		8.965
<b>Fondos Generados</b>	<b>(74.784)</b>	<b>(509.216)</b>
Deudores	(14.106)	(148.739)
Ajustes por periodificación	(56)	56
Acreeedores a corto plazo	57.815	146.201
<b>Variación de las necesidades operativas de financiación</b>	<b>43.653</b>	<b>(2.482)</b>
<b>Fondos generados por las operaciones</b>	<b>(31.131)</b>	<b>(511.698)</b>
Inversión en Gastos de Establecimiento	(100)	(17.614)
Inversión en inmovilizado inmaterial	(29.402)	(163.483)
Inversión en inmovilizado material	(3.087)	(7.345)
Inversión en inmovilizado financiero	(4.000)	
Gastos a distribuir en varios ejercicios		(358.591)
<b>Flujos derivados de actividades de inversión</b>	<b>(36.589)</b>	<b>(547.033)</b>
Aportación inicial de capital social	10.000	1.677.864
Variación del endeudamiento a corto plazo	214.671	
<b>Flujos derivados de actividades de financiación</b>	<b>224.671</b>	<b>1.677.864</b>
Variación neta de tesorería en inversiones financieras temporales	156.951	619.133
Tesorería e inversiones financieras temporales al inicio		156.951
Tesorería en inversiones financieras temporales al final	156.951	776.084

La evolución de los flujos de caja en el período analizado muestra una situación de lanzamiento de las actividades, en donde el endeudamiento ajeno en su conjunto es superior a las aplicaciones de fondos en activos operativos. Dichos fondos proceden en su mayor parte de las cantidades recibidas de los Colegios Profesionales, colegiados y empleados a cuenta de la ampliación de capital que se explica en el apartado V.3.10.1.

Una vez realizada con fecha 17 de febrero de 2000 la capitalización de estas cantidades, la estructura financiera de la Sociedad a partir de dicha ampliación de capital varía considerablemente, pasando a financiarse prácticamente en su totalidad con fondos propios. No obstante, los fondos que la

Sociedad pueda obtener en la presente Oferta únicamente financiarán las pérdidas de explotación y las inversiones de la Sociedad hasta el mes de enero de 2001. En dicha fecha, si la Sociedad no ha obtenido nueva financiación ajena, salvo la que resulta de la ejecución del aumento de capital previsto para dotar el plan de opciones de administradores, directivos y empleados, su patrimonio neto aproximado sería de 2.784 millones de pesetas, todavía ligeramente superior al capital social, pero la Sociedad necesitará financiación adicional para desarrollar su plan de negocio desde esa fecha, que no podrá generar mediante sus actividades ordinarias, y no puede garantizar que será capaz de obtener dicha financiación.

#### V.3.14. Evolución del fondo de maniobra

La evolución del fondo de maniobra de la Sociedad, durante el periodo terminado el 31 de marzo de 2000 y el período comprendido entre el 13 de septiembre de 1999 y el 31 de diciembre de 1999 es la siguiente:

	Miles de Pesetas	
	1999	2000
Deudores	14.106	162.845
Ajustes por periodificación de activos	56	
Acreedores comerciales	(57.815)	(402.822)
<b>Fondo de maniobra de explotación</b>	<b>(43.653)</b>	<b>(239.977)</b>
Inversiones financieras temporales	14.070	14.070
Tesorería	142.881	762.014
<b>Capital circulante</b>	<b>113.298</b>	<b>536.107</b>
Otras deudas no comerciales	(214.671)	(15.865)
<b>Fondo de maniobra neto</b>	<b>(101.373)</b>	<b>520.242</b>

Junto con la situación financiera señalada en el apartado anterior, de la situación del fondo de maniobra existente al 31 de diciembre de 1999 se observa una situación negativa del mismo, situación normal al estar destinándose los fondos captados al lanzamiento de las actividades y no haberse aún generado ingresos operativos como consecuencia de la situación de inicio del negocio. La situación al 31 de marzo de 2000 ha variado, existiendo un fondo de maniobra positivo, debido a las ampliaciones de capital llevadas a cabo por la Sociedad (Véase nota V.3.10.1) que han incrementado los fondos del capital circulante.

El fondo de maniobra será positivo hasta enero de 2001. A partir de esa fecha, como se indica en el apartado 0.2.2.1, la Sociedad necesitará financiación adicional para desarrollar su plan de negocio desde esa fecha, que no podrá generar mediante sus actividades ordinarias.

### V.3.15. Ingresos y gastos

#### V.3.15.1. Gastos de personal

El detalle de la partida de gastos de personal a 31 de marzo de 2000 y 31 de diciembre de 1999 es el siguiente:

	Miles de Pesetas	
	1999	2000
Sueldos y salarios	3.299	27.511
Seguridad Social a cargo de la empresa	667	5.028
	<b>3.966</b>	<b>32.539</b>

El incremento en el gasto de personal durante el periodo terminado el 31 de marzo de 2000 se ha debido al aumento en el número de empleados a lo largo del periodo.

El número medio de personas empleadas en el curso del período terminado el 31 de marzo de 2000 y el 31 de diciembre de 1999 por categorías, es el siguiente:

	Número de Empleados	
	1999	2000
Directores	2	6
Técnicos	1	14
Administrativos	5	8
	<b>8</b>	<b>28</b>

#### V.3.15.2. Otros gastos de explotación

El importe de esta partida corresponde a los servicios prestados por profesionales independientes. Su desglose es el siguiente:

	Miles de Pesetas	
	1999	2000
Arrendamientos		13.305
Servicios Profesionales Alkhaid	20.555	63.047
Servicios Profesionales Fundación	-	6.240
Servicios Profesionales Independientes	31.884	116.585
Publicidad y propaganda	-	210.938
Otros Gastos	3.404	75.547
	<b>55.843</b>	<b>485.662</b>

Los servicios profesionales de Alkhaid corresponden básicamente a los servicios de asesoramiento técnico prestados comprendidos entre los meses de octubre y diciembre de 1999 y entre los meses de enero y marzo de 2000. Los servicios prestados por la Fundación corresponden al devengo de los importes correspondientes al contrato de prestación de servicios firmado entre las dos partes. Los servicios profesionales independientes corresponden principalmente a servicios de consultoría e ingeniería y asesoría jurídica. Los gastos de publicidad y propaganda corresponden principalmente a la campaña de publicidad realizada en prensa a nivel nacional y a otros gastos de promociones llevadas a cabo en el periodo comprendido desde el 1 de enero hasta el 31 de marzo de 2000.

#### V.3.15.3. Gastos Extraordinarios

Los gastos extraordinarios por un importe de 15.000 miles de pesetas están compuestos en su totalidad por la donación realizada por la Sociedad a la Fundación Red de Colegios Profesionales en el ejercicio 99.

## CAPITULO VI

### LA ADMINISTRACIÓN, LA DIRECCIÓN Y EL CONTROL DEL EMISOR

#### 6.1 Identificación y función de los administradores y altos directivos.

##### 6.1.1 Consejo de administración

###### *Composición*

La Sociedad está administrada por un Consejo de Administración compuesto por un mínimo de tres y un máximo de quince consejeros, elegidos por la Junta General por un plazo de cinco años, y pueden ser reelegidos una o más veces por períodos de igual duración. El Consejo elige, a su vez, a su Presidente y Vicepresidente o Vicepresidentes de entre los miembros que lo componen, así como el Secretario y, en su caso, al Vicesecretario, sin que ninguno de los dos últimos deba reunir la condición de Consejero.

En la actualidad y, en virtud de los acuerdos adoptados por la Junta General de Accionistas de la Sociedad con fecha 24 de abril de 2000, el Consejo se compone de las personas que se citan en el siguiente cuadro, en el que se indica la fecha de su primer nombramiento como Consejero y la naturaleza de su cargo. El Consejo de Administración que aquí se detalla no se ha reunido todavía. En su primera reunión se procederá a la designación de los cargos que aquí se indican.

<b>Nombre</b>	<b>Antigüedad</b>	<b>Cargo</b>	<b>Naturaleza del cargo</b>
Tristan Garel-Jones	24.04.00	Presidente	Consejero externo
Ignacio Ozcáriz Arraiza	13.09.99	VP/Con.Delegado	Consejero ejecutivo
Miguel Angel Rubio	24.04.00	Vicepresidente	Consejero ejecutivo
Martin Brau	24.04.00	Vocal	Consejero ejecutivo
Javier Baviano Hernández	24.04.00	Vocal	Consejero ejecutivo
Carlos de Andrés Ruiz	13.09.99	Vocal	Consejero dominical
José Enrique Hours	24.04.00	Vocal	Consejero dominical
Juan Miguel Villar Mir	24.04.00	Vocal	Consejero dominical
Catalana d'Iniciatives	24.04.00	Vocal	Consejero dominical
Manuel de la Rica	24.04.00	Vocal	Consejero externo
Francesc Raventós	24.04.00	Vocal	Consejero externo
Juan Jiménez Laiglesia	13.09.99	Secretario	No consejero

De los consejeros nombrados cabe destacar las siguientes relaciones con los accionistas de la Sociedad:

<b>Nombre</b>	<b>Alkhaid (*)</b>	<b>Fundación</b>	<b>Catalana d'I.</b>
---------------	--------------------	------------------	----------------------

Tristan Garel-Jones	-	-	-
Ignacio Ozcáriz Arraiza	Socio/Administrador	Director Gerente	-
Miguel Angel Rubio	Socio	-	-
Martin Brau	Socio	-	-
Javier Baviano	-	-	-
Carlos de Andrés Ruiz	Socio	Presidente/Patrono	-
José Enrique Hours	-	Patrono	-
Juan Miguel Villar Mir	-	Patrono	-
Catalana d'Iniciatives	Socio	-	el mismo
Manuel de la Rica	Socio	-	-
Francesc Raventós	-	-	Consejero Delegado
Juan Jiménez Laiglesia	-	-	-

(\*) véase la participación en Alkhaid en el apartado 6.2.1

#### Notas:

- (a) Se hace constar que Catalana d'Iniciatives C.R. S.A. ha designado a D. Joan Alsina Jiménez para que la represente como consejero de la Sociedad. D. Francesc Raventós Torras, consejero delegado de Catalana D'Iniciatives C.R., S.A., no ostentará el cargo de consejero como representante de esta sociedad, sino como consejero externo, como profesional de reconocido prestigio vinculado al sector de la alta tecnología y al mundo colegial y profesional, en cuanto Presidente del Consejo General de Colegio de Economistas de España y Decano-Presidente del Colegio de Economistas de Cataluña.
- (b) D. Carlos de Andrés Ruiz, D. José Enrique Hours y D. Juan Miguel Villar Mir son, respectivamente, los Presidentes del Colegio Oficial de Ingenieros Aeronáuticos de España, Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid y Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos, esto es, los Colegios Promotores. La Sociedad les considera consejeros dominicales, en cuanto patronos de la Fundación, accionista de referencia de la Sociedad..
- (c) El Consejo de Administración ha nombrado tres consejeros externos, como son Lord Garel-Jones, Manuel de la Rica Pascual y Francesc Raventós Torras. Todos ellos son personas de reconocido prestigio profesional. La Sociedad considera como consejeros externos a profesionales de reconocido prestigio que no sean titulares de una participación accionarial directa o indirecta superior al 1% del capital social suscrito con derecho a voto.

En el apartado 6.2.7 se incluye un resumen del curriculum vitae de los Consejeros.

#### *Reglamento del Consejo*

El Consejo de Administración de la Sociedad, en reunión celebrada el 24 de abril de 2000, aprobó un Reglamento del Consejo. El Reglamento se ajusta a determinados principios y recomendaciones contenidas en el informe elaborado por la *Comisión Especial para el estudio de un Código Ético de los Consejos de Administración de las Sociedades*, hecho público en febrero de 1998 (en lo sucesivo, Código de Buen Gobierno o CBG). Sin perjuicio de ello, en varios aspectos el Consejo ha considerado otras reglas que entiende más ajustadas a las características de la Sociedad:

- (a) La Sociedad no ha designado consejeros independientes, en el sentido en que este término es definido por el CBG. Se integran en el Consejo de la Sociedad como consejeros externos profesionales de reconocido prestigio que no sean titulares de una participación accionarial directa o indirecta superior al 1% del capital social suscrito con derecho a voto (recomendación 2).
- (b) La Sociedad ha decidido que la Comisión Ejecutiva debe estar compuesta por tres consejeros ejecutivos y dos consejeros no ejecutivos. Esta composición no refleja el mismo equilibrio que mantiene el Consejo entre las distintas clases de consejeros (recomendación 7).
- (c) La Sociedad ha decidido que las comisiones delegadas de control (Comisión de Auditoría y Cumplimiento, Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés) deben estar compuesta por dos consejeros no ejecutivos y uno ejecutivo. El CBG recomienda que estas comisiones estén compuestas exclusivamente por consejeros externos (recomendación 8).
- (d) La Sociedad ha limitado las funciones ejecutivas al alcanzar la edad de 65 años. Los consejeros que alcancen la edad de 70 años continuarán hasta el final de su mandato, pero no podrán ser reelegidos. En la práctica ello supone una edad máxima de 75 años, por lo que la Sociedad entiende que se ajusta a la posición del CBG (recomendación 13).

Los aspectos más relevantes del Reglamento del Consejo, que entrará en vigor en la fecha de celebración de la primera reunión del nuevo Consejo de Administración de la Sociedad, son los siguientes:

- a) Salvo en las materias reservadas a la competencia de la Junta General de Accionistas, el Consejo de Administración es el máximo órgano de decisión de la compañía. Sin perjuicio de ello, el Consejo de Administración se configura básicamente como un instrumento de supervisión y control, delegando la gestión de los negocios ordinarios de la compañía a favor de los órganos ejecutivos y del equipo de dirección ejecutiva, concentrando su actividad en la función general de supervisión. Sin perjuicio de ello, el Consejo se reunirá un mínimo de una (1) vez al mes.
- b) El Consejo de Administración se obliga a ejercer directamente la aprobación de las estrategias generales de la compañía, el nombramiento y, en su caso, destitución de los altos directivos de la sociedad, la aprobación de la política en materia de autocartera dentro del marco que, en su caso, determine la Junta General de Accionistas, el control de la actividad de gestión y evaluación de los directivos, implantación y seguimiento de los sistemas de control interno y de información adecuados, la identificación de los principales riesgos de la sociedad, la determinación de las políticas de información y comunicación con los accionistas, mercados y opinión pública, y, en general, las operaciones que entrañen la disposición de activos sustanciales de la sociedad, las grandes operaciones societarias y, en especial, los riesgos que se deriven de operaciones con derivados financieros.
- c) El criterio que ha de presidir en todo momento la actuación del Consejo de Administración es la maximización del valor de la empresa tanto a corto como a medio y largo plazo. La maximización del valor de la empresa en interés de sus accionistas necesariamente habrá de desarrollarse por el Consejo de Administración

respetando las exigencias impuestas por el Derecho, cumpliendo de buena fe los contratos y compromisos concertados con los clientes, trabajadores, proveedores, financiadores y, en general, observando los deberes éticos que razonablemente impongan un a responsable y eficaz conducción de los negocios de la compañía.

- d) El Consejo de Administración, en el ejercicio de sus facultades de propuesta a la Junta General de Accionistas y de cooptación para la cobertura de vacantes, procurará que en la composición del órgano los consejeros no ejecutivos representen una amplia mayoría sobre los consejeros ejecutivos. El Consejo de Administración procurará igualmente que dentro del grupo mayoritario de consejeros no ejecutivos se integren los titulares o los representantes de los titulares de participaciones significativas estables en el capital de la sociedad (consejeros dominicales) y profesionales de reconocido prestigio que no sean titulares de una participación accionarial directa o indirecta superior al 1% del capital social suscrito con derecho a voto (consejeros externos).
- e) El Presidente del Consejo de Administración tendrá delegadas todas las competencias delegables de conformidad con lo previsto en la Ley y los Estatutos sociales, que ejercerá de acuerdo siempre con las decisiones y criterios fijados por la Junta General y el Consejo de Administración en los ámbitos de sus respectivas competencias. El nombramiento y destitución del Presidente del Consejo de Administración requerirá del voto favorable de, al menos, dos terceras partes de los componentes del Consejo de Administración. En caso de empate en las votaciones, el voto del Presidente será dirimente.
- f) El Consejero Delegado tendrá la condición de primer ejecutivo de la compañía y tendrá delegadas todas las competencias delegables de conformidad con lo previsto en la Ley y los estatutos sociales y le corresponderá la efectiva dirección de los negocios de la compañía, de acuerdo siempre con las decisiones y criterios fijados por la Junta General y el Consejo de Administración en los ámbitos de sus respectivas competencias. El nombramiento y destitución del Consejero Delegado requerirá del voto favorable de, al menos, dos terceras partes de los componentes del Consejo de Administración.
- g) El Consejo de Administración constituirá una Comisión Delegada, con facultades decisorias generales, una Comisión de Auditoría y Cumplimiento y una Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés, estas últimas únicamente con facultades de información, asesoramiento y propuesta.
- h) Los consejeros ejercerán su cargo durante el plazo previsto en los estatutos sociales y podrán ser reelegidos. Cuando, previo el informe de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés, el Consejo de Administración entendiera que se ponen en riesgo los intereses de la sociedad, el consejero que termine su mandato o por cualquier otra causa cese en el desempeño de su cargo no podrá prestar servicios en otra entidad que tenga el carácter de competidora de la compañía durante el plazo que se establezca y que, en ningún caso, será superior a dos años. El Consejo de Administración, si lo considera oportuno, podrá dispensar al consejero saliente de esta obligación o acortar el período de su duración.
- i) Los consejeros que alcancen la edad de 70 años continuarán hasta el final de su mandato, pero no podrán ser reelegidos. El Presidente y los consejeros ejecutivos que alcancen la edad de 65 años cesarán en los cargos respectivos al finalizar su mandato,



pero podrán ser reelegidos como consejeros y les será de aplicación la regla anterior. En tales supuestos, el cese se producirá en la primera sesión del Consejo que tenga lugar después de celebrada la Junta General de Accionistas que apruebe las cuentas del ejercicio en el que el consejero haya cumplido la edad límite.

- j) El consejero tendrá derecho a obtener la retribución que se fije por el Consejo de Administración con arreglo a las previsiones estatutarias y de acuerdo con las indicaciones de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés. El Consejo procurará que la retribución del consejero sea moderada atendiendo a las circunstancias del mercado y que en una parte significativa se halle vinculada a los rendimientos de la compañía. La retribución de los consejeros será transparente. Con esta finalidad, la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés redactará una información anual sobre la política de retribución de los consejeros con el grado de individualización por consejero o grupos de consejeros y por concepto o conceptos que, en cada caso, determine el Consejo de Administración. Esta información, una vez aprobada por el Consejo, se incluirá en la memoria anual de la sociedad.
- k) El Consejo de Administración, con el asesoramiento de la Comisión de Nombramiento, Retribuciones y Conflictos de Intereses, adoptará todas las medidas que estén a su alcance para asegurar que la retribución de los consejeros no ejecutivos es adecuada y ofrece incentivos a su dedicación.
- l) El consejero no puede prestar sus servicios profesionales en sociedades que sean competidoras de la compañía. Quedan a salvo los cargos que pueden desempeñarse en sociedades del grupo y aquellos otros supuestos en los que el Consejo, previo informe de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés, entienda que no se ponen en riesgo los intereses sociales. Antes de aceptar cualquier puesto directivo en otra compañía o entidad, que pueda representar conflicto de intereses o afectar a su dedicación, el consejero deberá consultar a la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés.
- m) El consejero deberá abstenerse de asistir e intervenir en las deliberaciones que afecten a asuntos en los que se halle interesado personalmente, de manera directa o indirecta. El consejero no podrá realizar directa o indirectamente transacciones profesionales o comerciales con la compañía, a no ser que informe anticipadamente de la situación de conflicto de intereses y el Consejo, previo informe de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés, apruebe la transacción.
- n) El Consejo de Administración se reserva formalmente el conocimiento y autorización de cualquier transacción de la compañía con un accionista significativo. En ningún caso autorizará la transacción si previamente no ha sido emitido un informe por la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés valorando la operación desde el punto de vista de la igualdad de trato de los accionistas y de las condiciones de mercado.

#### *Código de Conducta*

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 3.4 del Real Decreto 629/1993 de 3 de mayo, el Consejo de Administración de la Sociedad, en reunión celebrada el 24 de abril de 2000, aprobó un Código de Conducta sobre normas de actuación en los mercados de valores que ha sido aportado a la Comisión Nacional del Mercado de Valores, y en el que se imponen a los

miembros del Consejo de Administración, directivos y, en general, a todos aquéllos que tengan acceso a información reservada o confidencial de la Sociedad, determinadas obligaciones relacionadas con el tratamiento de los hechos relevantes y de la información reservada, los procedimientos en materia de autocartera y la comunicación de conflictos de interés con la Sociedad.

#### *Regulación estatutaria del Consejo de Administración*

Los artículos más relevantes de los estatutos sociales relativos al Consejo de Administración son los siguientes:

#### Artículo 19

*La Sociedad estará regida y administrada por un Consejo de Administración compuesto por tres miembros como mínimo y quince como máximo, elegidos por la Junta General en la forma establecida en la Ley de Sociedades Anónimas y sus disposiciones concordantes.*

*Podrán ser nombrados Consejeros las personas físicas o jurídicas en las que concurra alguna de las siguientes circunstancias: (a) que sean accionistas de la Sociedad a la fecha del nombramiento y hayan tenido dicha condición ininterrumpidamente durante los tres (3) años anteriores a su designación; o (b) que sean designados Consejeros con el voto favorable de al menos el setenta y cinco por ciento (75%) del capital presente o representado en la Junta.*

*No podrán ser designados Consejeros los competidores de la Sociedad, las personas que ocupen cargos de administración en una sociedad competidora, ni las personas que, bajo cualquier forma, tengan intereses opuestos a los de la Sociedad, a menos que su designación sea aprobada por al menos el setenta y cinco por ciento (75%) del capital presente o representado en la Junta que decida el nombramiento y sin perjuicio de lo establecido en el artículo 132.2 de la ley de Sociedades Anónimas.*

*Para destituir a los miembros del Consejo de Administración se requerirá el voto favorable de al menos el setenta y cinco por ciento (75%) del capital presente o representado en la Junta.*

*No podrán ser Consejeros las personas declaradas incompatibles por el artículo 124 de la Ley de Sociedades Anónimas, por la Ley 12/1995 de 11 de mayo o por cualquier otra norma de rango legal, tanto de ámbito estatal como autónomo, que contenga disposiciones de carácter análogo.*

#### Artículo 20

*Los Consejeros ejercerán su cargo por plazo de cinco años, y podrán ser reelegidos una o más veces, por períodos de igual duración. Si los Consejeros reelegidos fueran el Presidente y Secretario del Consejo, continuarán desempeñando los cargos que ostentaran con anterioridad, sin necesidad de nueva elección, salvo la facultad de revocación que respecto de dichos cargos, corresponde al Consejo de Administración.*

#### Artículo 21

*La Junta General asignará anualmente a los miembros del Consejo de Administración, con observancia en todo caso de lo dispuesto en el Artículo 130 de la Ley, y como remuneración por su gestión, una retribución consistente en una cantidad fija. Dicha remuneración no será necesario que sea igual para todos los miembros del Consejo de Administración, pudiendo el citado Consejo de Administración distribuir la remuneración aprobada por la Junta General en*

*función de los cargos desempeñados, dedicación y asistencia a los órganos sociales.*

*Previo acuerdo de la Junta General en los términos legalmente establecidos, la retribución podrá consistir en la entrega de acciones o de derechos de opción sobre acciones o cualquier otro sistema de remuneración que esté referenciado al valor de las acciones.*

### **6.1.2 Comisiones del Consejo de Administración**

La gestión a alto nivel de la Sociedad, de acuerdo con el Reglamento del Consejo de Administración, está encomendada a tres comisiones distintas: la Comisión Delegada, la Comisión de Auditoría y Control y la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés. En el artículo 14 del Reglamento se establece la obligación de constituir, en todo caso, la Comisión Delegada, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés.

#### *Creación*

El consejero delegado de la Sociedad propondrá en la primera reunión que celebre el nuevo Consejo de Administración de la Sociedad que se constituya la Comisión Delegada, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés.

#### *Composición*

Según el Reglamento del Consejo, la Comisión Delegada estará compuesta por cinco consejeros, de los cuales tres serán ejecutivos y dos no ejecutivos. Por otra parte, el Reglamento prevé que la Comisión de Auditoría y Control y la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés estarán formadas por tres consejeros cada una de ellas, dos de los cuales serán no ejecutivos y uno ejecutivo.

El consejero delegado de la Sociedad propondrá en la primera reunión que celebre el nuevo Consejo de Administración de la Sociedad que las distintas comisiones queden integradas por los siguientes Consejeros:

Comisión Delegada:

<b>Miembros</b>	<b>Naturaleza de su cargo</b>
D. Tristan Garel-Jones	Consejero externo
D. Ignacio Ozcáriz Arraiza	Consejero ejecutivo
D. Miguel Angel Rubio de la Plaza	Consejero ejecutivo
D. Javier Baviano	Consejero ejecutivo
Catalana d'Iniciatives	Consejero dominical

Comisión de Auditoría y Cumplimiento:

<b>Miembros</b>	<b>Naturaleza de su cargo</b>
D. Carlos de Andrés Ruiz	Consejero dominical
D. Juan Miguel Villar Mir	Consejero dominical
D. Martin Brau	Consejero ejecutivo

Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés:

<b>Miembros</b>	<b>Naturaleza de su cargo</b>
D. Tristan Garel-Jones	Consejero externo
D. José Enrique Hours	Consejero dominical
D. Javier Baviano	Consejero ejecutivo

### *Funciones*

#### Comisión Delegada

La delegación permanente de facultades por parte del Consejo de Administración a favor de la Comisión Delegada comprenderá todas las facultades del Consejo de Administración salvo las que legal o institucionalmente sean indelegables o las que no puedan ser delegadas en virtud de lo dispuesto en el Reglamento del Consejo. La Comisión Delegada se reunirá al menos una vez al mes.

#### Comisión de Auditoría y Cumplimiento

Sin perjuicio de cualquier otro cometido que le pudiera asignar el Consejo de Administración, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento tendrá como responsabilidades básicas la relación con el auditor de la Sociedad, la revisión de las cuentas de la Sociedad y la comprobación de la adecuación e integridad de los sistemas internos de control. En particular, corresponde a esta Comisión recibir información y, en su caso, emitir un informe sobre medidas disciplinarias a miembros del equipo directivo de la Sociedad. La Comisión de Auditoría y Cumplimiento se reunirá al menos cuatro veces al año.

#### Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés

Sin perjuicio de otros cometidos que le asigne el Consejo de Administración, la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés tendrá como responsabilidades básicas la formulación y revisión de los criterios que deben seguirse para la composición del Consejo de Administración y la selección de candidatos, la elevación al Consejo de Administración de las propuestas de nombramiento de consejeros para que éste proceda directamente a designarlos (cooptación) o las haga suyas para someterlas a la decisión de la Junta General, la proposición al Consejo de Administración de los miembros que deban formar parte de cada una de las Comisiones y del sistema y la cuantía de las retribuciones anuales de los consejeros y altos directivos, e informar en relación con las transacciones que impliquen o puedan implicar conflictos de intereses. Especialmente, deberá supervisar e informar de los acuerdos o decisiones que autoricen el otorgamiento de cualquier contrato, sea de la materia que sea, entre la Sociedad y (i) sus accionistas de referencia, o las sociedades del grupo del accionista de referencia, o (ii) sus consejeros o las sociedades del grupo de dichos consejeros. La Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés se reunirá al menos una vez al año.

### **6.1.3 Directores y demás personas que asumen la gestión al nivel más elevado**

La dirección de la Sociedad está integrada por las siguientes personas:

D. Ignacio Ozcáriz Arraiza	Consejero Delegado
D. Miguel Angel Rubio	Director de Planificación Estratégica y Control
D. Javier Baviano	Director General
D. Martin Brau	Director Desarrollo Corporativo

D. Emilio Marín Barragán	Director Desarrollo Tecnológico
--------------------------	---------------------------------

#### 6.1.4 Fundadores de la Sociedad

La Sociedad fue fundada el 13 de septiembre de 1999 por la Fundación Red de Colegios Profesionales y por Alkhaid Technologies, S.L., según consta en la escritura de constitución otorgada en dicha fecha ante el Notario D. Antonio Alvarez Pérez de Madrid bajo el número 3372 de su protocolo.

### 6.2 Conjunto de intereses en la sociedad de administradores y altos directivos.

#### 6.2.1 Acciones con derecho a voto y otros valores que den derecho a su adquisición

A la fecha de este Folleto, ningún administrador ni alto directivo es propietario de acciones con derecho a voto u otros valores que den derecho a su adquisición. Ello no obstante, se ha aprobado el establecimiento de un plan de opciones sobre acciones de la Sociedad para sus administradores, directivos y empleados, en los términos que se explican en el apartado 6.2.4 siguiente.

Sin perjuicio de lo anterior, se hace constar que el accionista Catalana d'Iniciatives C.R. S.A., representada por D. Joan Alsina Jiménez, ha sido designada miembro del Consejo de Administración, y la Fundación estará representada en el Consejo de Administración de la Sociedad por D. Carlos de Andrés Ruiz, D. José Enrique Hours y D. Juan Miguel Villar Mir. Asimismo, los consejeros D. Ignacio Ozcáriz Arraiza, D. Miguel Angel Rubio, D. Martin Brau, D. Carlos de Andrés Ruiz y Catalana d'Iniciatives C.R. S.A. son accionistas de Alkhaid.

Consejero	participación directa en Alkhaid	participación indirecta en la Sociedad (1)	participación indirecta en la Sociedad (2)
Ignacio Ozcáriz Arraiza	45%	7,56%	6,87%
Miguel Angel Rubio	22,5%	3,78%	3,43%
Manuel de la Rica	2,5%	0,42%	0,38%
Carlos de Andrés Ruiz	2,25%	0,378%	0,34%
Catalana d'iniciatives	5%	0,84%	0,76%
Martin Brau	5%	0,84%	0,76%

(1) sobre un capital de 15.000.000 acciones, según resulta tras la ejecución de la Oferta, tomando en consideración una participación de Alkhaid en la Sociedad del 16,80%.

(2) sobre un capital de 16.500.000 acciones, según resulta tras la ejecución de la Oferta y del aumento de capital previsto en el apartado 6.2.4, tomando en consideración una participación de Alkhaid en la Sociedad del 15,27%.

#### 6.2.2 Participación de dichas personas o de las que representen, en las transacciones inhabituales y relevantes de la Sociedad.

##### 6.2.2.1 Cargos en la Fundación o Alkhaid

El consejero D. Ignacio Ozcáriz Arraiza es administrador único de Alkhaid. Asimismo, los siguientes miembros del Consejo de Administración ocupan los puestos que se indican dentro de la Fundación:

<b>Nombre</b>	<b>Cargo en la Fundación</b>
D. Carlos de Andrés Ruiz	Presidente
D. Emilio Marín Barragán	Secretario
D. Ignacio Ozcáriz Arraiza	Director Gerente

D. Ignacio Ozcáriz Arraiza manifiesta su intención de abandonar sus responsabilidades en la Fundación tras la presente Oferta, en el proceso de reorganización de la misma que tendrá lugar como culminación de este proceso.

### **6.2.2.1 Relaciones contractuales de la Sociedad con la Fundación**

La Sociedad ha suscrito con la Fundación con fecha 15 de febrero de 2000 un contrato de prestación de servicios y cesión de propiedad industrial en virtud del cual la Sociedad deberá desarrollar las actuaciones y prestar los servicios de naturaleza telemática que la Fundación, en virtud de convenio, contrato o acuerdo, se ha comprometido o se comprometa en el futuro a desarrollar frente a los Colegios, siempre del modo más adecuado en cada momento según el estado de la tecnología. Estos servicios y actuaciones serán asimismo prestados por la Sociedad a toda persona física que, estando adscrita a alguno de los Colegios, así lo solicite a la Sociedad, y comprenderán ofrecer a los usuarios de conexión gratuita y cuenta gratuita de correo electrónico, proporcionar a los usuarios el ancho de banda necesario para sus comunicaciones, realizar el hospedaje de las aplicaciones telemáticas de los usuarios, desarrollar, adquirir y mantener los recursos técnicos necesarios para realizar las actuaciones y prestar los servicios contratados, y, en general, realizar una continua labor de investigación y desarrollo dirigida a la creación de nuevos proyectos, servicios y contenidos a incluir en las aplicaciones telemáticas de los usuarios.

En contraprestación, la Fundación pondrá todos los medios que se encuentren a su alcance así como sus mejores esfuerzos para promocionar los servicios y actividades de la Sociedad entre Colegios, Asociaciones Profesionales y profesionales colegiados, fomentar la firma de acuerdos de colaboración y promover la contratación de estos servicios por Colegios y Asociaciones Profesionales y cualesquiera otras entidades, personas físicas o jurídicas potencialmente interesadas en ser beneficiarias de los servicios y actividades de la Sociedad. La Fundación cooperará permanentemente en la actualización e incremento de la lista de convenios existentes y hará sus mejores esfuerzos por conseguir que la duración de los convenios, contratos y/o acuerdos suscritos con los Colegios sea prorrogada.

Como pago por el valor que los servicios encomendados implica para la Sociedad en tanto que supone la aportación de usuarios reales y potenciales al negocio de la Sociedad, así como por las labores de promoción y fomento y demás obligaciones que la Fundación asume en virtud de este contrato, incluyendo la autorización de uso del nombre y logotipo de la Fundación, la Sociedad abonará a la Fundación la suma total de un millón quinientos mil (1.500.000) euros. Dicha suma será pagadera en cinco pagos, por importe de trescientos mil (300.000) euros cada uno de ellos, que serán abonados en plazos anuales, devengándose el primero de ellos en el primer aniversario de la firma del contrato, esto es, el 15 de febrero de 2001. Sobre esta cantidad se aplicará el IVA y demás impuestos que, de acuerdo con la legislación fiscal vigente en el momento del pago, sean devengados.

El contrato tiene una duración de cinco años, hasta el 15 de febrero de 2005. Transcurrido este período, se prorrogará por períodos sucesivos de cinco años, salvo que cualquiera de las partes notifique a la otra con seis meses de antelación su voluntad de dar por terminado el contrato o cualquiera de sus prórrogas. Durante este período, la Fundación se compromete a no contratar

con otras personas físicas o jurídicas la provisión de los servicios objeto del citado contrato.

En el marco del mismo contrato, la Fundación cedió a la Sociedad la marca denominativa nacional “recol”, registrada ante la Oficina Española de Patentes y Marcas el 5 de marzo de 1998, con el título de concesión número 2118685. La cesión de la marca referida supondrá la plena cesión del dominio y propiedad sobre la marca en beneficio de la Sociedad y de todos los derechos que ello lleve aparejado. Como contraprestación por la cesión, la Sociedad se comprometió a abonar a la Fundación la suma total de un millón (1.000.000) de euros, IVA incluido. Esta cantidad, previa realización del preceptivo informe de los auditores de la Sociedad, fue convertida en capital de la Sociedad mediante acuerdo de Junta de accionistas de la misma adoptado con fecha 17 de febrero de 2000, según queda detallado en el apartado 2.17.3.(c). La Sociedad no cuenta con un informe de experto independiente que soporte la valoración de esta marca y el período durante el que la misma contribuirá específicamente a la obtención de ingresos futuros al objeto de determinar el período durante el que la misma debería ser amortizada contablemente. La Sociedad considera que el importe pagado es razonable y ajustado a las condiciones de mercado.

#### **6.2.2.2 Relaciones contractuales de la Sociedad con Alkhaid.**

La Sociedad ha suscrito con Alkhaid con fecha 15 de febrero de 2000 un contrato en virtud del cual la Sociedad ha contratado a Alkhaid para la prestación por ésta de los servicios técnicos relacionados con la plataforma Recol. Alkhaid ofrecerá a los usuarios conexión gratuita, proporcionará a la Sociedad el ancho de banda necesario para sus comunicaciones, se encargará del Hospedaje del Proyecto, desarrollará y adquirirá los recursos técnicos necesarios para el proyecto, y se encargará del mantenimiento de los mismos.

El contrato tiene una duración de cinco (5) años, hasta el 15 de febrero de 2005. Transcurrido este período, se prorrogará por períodos sucesivos de cinco años, salvo que cualquiera de las partes notifique a la otra con seis meses de antelación su voluntad de dar por terminado el contrato o cualquiera de sus prórrogas. Durante este período, la relación es exclusiva para la Sociedad, que se compromete a no contratar con otras personas físicas o jurídicas la realización de los servicios objeto del citado contrato. En caso de carecer Alkhaid de recursos técnicos o capacidad suficiente para atender en cada momento las necesidades de la Sociedad, ésta podrá contratar con terceras personas la prestación de los servicios que Alkhaid sea incapaz de prestar en las condiciones pactadas en este contrato, sin que por ello pueda entenderse infringida la relación de exclusividad pactada, ni devengarse indemnización o compensación alguna a favor de Alkhaid. En el caso de Alkhaid la relación no es exclusiva, por lo que podrá prestar servicios similares a terceros ajenos a la Sociedad.

Por la prestación de los servicios previstos en este contrato, Alkhaid percibirá una remuneración compuesta por dos componentes diferenciados: un componente fijo, consistente en la suma de dos millones y medio (2.500.000) de euros, y un componente variable, de acuerdo con el cual la Sociedad reintegrará a Alkhaid todos los costes en los que ésta hubiera incurrido con motivo de la ejecución de las obligaciones técnicas contenidas en este contrato. De modo enunciativo, y sin perjuicio de la necesidad de Alkhaid de incurrir en costes por otros conceptos, dichos costes incluyen los de adquisición y mantenimiento de recursos técnicos, los de provisión del ancho de banda y conexión (en función del número de usuarios a los que deba ofrecer dicha conexión y ancho de banda), así como los de Hospedaje. Alkhaid deberá justificar la realidad y oportunidad de los gastos que facture, y a tal objeto presentará mensualmente una factura a la que deberá acompañar un informe en que se detallen los diferentes conceptos facturados y sus costes correspondientes (medios y totales). Se hace constar que de los costes de Alkhaid se deducirán los ingresos recibidos por concepto de

tráfico inducido, lo que en la práctica viene a trasladar a la Sociedad estos ingresos.

El importe fijo pactado, previa realización del preceptivo informe de los auditores de la Sociedad, fue convertido en capital de la Sociedad mediante acuerdo de Junta de accionistas de la misma adoptado con fecha 17 de febrero de 2000, según queda detallado en el apartado 2.17.3.(d).

### **6.2.2.3 Normativa reguladora de las situaciones de conflicto de interés**

Por su relevancia en relación con los anteriores apartados, cabe destacar que el Código de Conducta sobre normas de actuación en los mercados de valores aprobado por la Sociedad obliga a los administradores y directivos a formular ante el Consejo de Administración de la Sociedad una declaración escrita en la que consten sus vinculaciones económicas, familiares o de otro tipo que puedan dar lugar a conflictos de interés, considerando que existe vinculación cuando en opinión de un observador externo y ecuaníme podría verse comprometida la actuación imparcial del consejero o directivo. Asimismo, el Reglamento del Consejo aprobado por la Sociedad establece una Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés, compuesta por dos consejeros externos y uno ejecutivo, que tiene, entre otras, la responsabilidad de informar en relación con las transacciones que impliquen o puedan implicar conflictos de intereses. Especialmente, deberá supervisar e informar de los acuerdos o decisiones que autoricen el otorgamiento de cualquier contrato, sea de la materia que sea, entre la Sociedad y (i) sus accionistas de referencia, o las sociedades del grupo del accionista de referencia, o (ii) sus consejeros o las sociedades del grupo de dichos consejeros. Además, debe destacarse el contenido del Título VIII del Reglamento del Consejo, que bajo la rúbrica "Deberes del Consejero" indica la conducta que deben observar los Consejeros en el ejercicio de su cargo. Son de particular importancia el artículo 33 ,que regula los conflictos de interés, y el artículo 39, que regula las transacciones de los Consejeros de la Sociedad con accionistas significativos. A continuación se reproduce el texto de ambos artículos:

#### ***Artículo 33. Conflictos de interés.***

1. *El consejero deberá abstenerse de asistir e intervenir en las deliberaciones que afecten a asuntos en los que se halle interesado personalmente, de manera directa o indirecta.*
2. *El consejero no podrá realizar directa o indirectamente transacciones profesionales o comerciales con la compañía, a no ser que informe anticipadamente de la situación de conflicto de intereses y el Consejo, previo informe de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés, apruebe la transacción.*

#### ***Artículo 39. Transacciones con accionistas significativos.***

1. *El Consejo de Administración se reserva formalmente el conocimiento y autorización de cualquier transacción de la compañía con un accionista significativo.*
2. *En ningún caso autorizará la transacción si previamente no ha sido emitido un informe por la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés valorando la operación desde el punto de vista de la igualdad de trato de los accionistas y de las condiciones de mercado.*
3. *Tratándose de transacciones ordinarias, bastará la autorización genérica de la línea de operaciones y de sus condiciones de ejecución.*



4. *Cuando las transacciones con los accionistas significativos sean objeto de la decisión de la Junta General de Accionistas, el Consejo recomendará a los accionistas significativos afectados que se abstengan en la votación.*

Se hace constar que los contratos suscritos por la Sociedad con Alkhaid y la Fundación, según han quedado detallados en los apartados anteriores, no han sido revisados por la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Conflictos de Interés, por ser de fecha anterior a la constitución de la misma. La Sociedad aplicará de modo tajante las previsiones de este artículo del Reglamento del Consejo de Administración en todas sus relaciones con Alkhaid y la Fundación. En todo caso, la Sociedad manifiesta expresamente que no existen otros conflictos de intereses distintos de los que resultan de sus relaciones con la Fundación y Alkhaid, según quedan detallados en este Capítulo.

Asimismo, se deja expresa constancia de que la contratación de la publicidad ha sido, es y será realizada en condiciones de mercado, con empresas del sector de reconocido prestigio, cumpliendo de modo tajante las reglas establecidas para la resolución de conflictos de interés si hubiese el más mínimo indicio de que pudiera existir. La agencia de publicidad (Vitruvio Leo Burnett) y la central de compra de medios (Starcom Worldwide/Media Estrategia) utilizados pertenecen a The Leo Burnett Group, una de los tres mayores empresas de publicidad del mundo. A este respecto, se hace constar que D. Manuel de la Rica Pascual, que ha sido nombrado nuevo consejero externo de la Sociedad, tiene una participación del 16,19% en Starcom Worldwide/Media Estrategia, y es miembro no remunerado del Consejo de Starcom Worldwide. No tiene participación alguna en la agencia de publicidad utilizada.

### **6.2.3 Importe de los sueldos, dietas y remuneraciones de cualquier clase devengadas por las citadas personas en el último ejercicio cerrado cualquiera que sea su causa.**

Los miembros del Consejo de Administración citados en el apartado 6.1.1 no han devengado cantidad alguna en su condición de administradores de la Sociedad en el ejercicio 1999 ni en el período transcurrido hasta el 31 de marzo de 2000.

Los directivos citados en el apartado 6.1.3 han percibido en concepto de sueldos y remuneraciones en el año 1999 un total de 7.225.000 pesetas. Hasta 31 de marzo de 2000, este importe asciende a 24.144.000 pesetas. Estas cantidades incluyen las que han sido percibidas en virtud de relación laboral, que aparecen reflejadas en la partida de gastos de personal de las cuentas de la Sociedad, y en virtud de relación mercantil, incluidas dentro de los epígrafes de otros gastos de explotación

### **6.2.4 Plan de opciones de administradores, directivos y empleados.**

#### *Cumplimiento de requisitos legales*

La Junta de Accionistas acordó con fecha 17 de febrero de 2000 establecer un sistema de retribución en favor de administradores, directivos y empleados de la Sociedad consistente en entrega de acciones o de derechos de opción sobre las mismas. El número máximo de acciones o derechos de opción sobre las mismas a entregar a administradores, directivos y empleados de la Sociedad será de 1.500.000 acciones, de un (1) euro de valor nominal cada una de ellas, representadas mediante anotaciones en cuenta, a un precio mínimo de un (1) euro por acción, tomando como valor de referencia el nominal de la acción y estableciendo cinco años como plazo de duración del sistema de retribución. Asimismo, se acordó delegar en el Consejo de

Administración facultades para determinar todas las condiciones del plan de opciones para administradores, directivos y empleados en lo no previsto por la Junta General, y para proponer a los beneficiarios del mismo, pudiendo determinar las condiciones de ejercicio.

A los efectos previstos en la disposición adicional decimonovena de la Ley 55/1999, de 29 de diciembre, de medidas fiscales, administrativas y del orden social, se hace constar que este sistema de retribución está expresamente previsto en los estatutos de la Sociedad. En este sentido el segundo párrafo del artículo 21 de los estatutos sociales indica que, “*previo acuerdo de la Junta General en los términos legalmente establecidos, la retribución podrá consistir en la entrega de acciones o de derechos de opción sobre acciones o cualquier otro sistema de remuneración que esté referenciado al valor de las acciones.*”

#### *Condiciones y beneficiarios del plan de opciones*

El Consejo de Administración no ha hecho uso de la autorización concedida por la Junta de Accionistas para desarrollar el plan de opciones, ni ha adoptado todavía una decisión sobre los administradores, directivos y empleados que resultarán beneficiarios del plan de opciones. Es intención de la Sociedad que el plan de opciones beneficie a todos los empleados de la Sociedad, incluyendo las futuras incorporaciones a la Sociedad.

#### *Dotación del plan de opciones*

La Sociedad dotará las 1.500.000 acciones previstas en el plan de opciones de administradores, directivos y empleados con las acciones procedentes de un aumento de capital que ha sido acordado con este objeto exclusivo, que se encuentra pendiente de ejecución por el Consejo de Administración.

Según queda indicado en el apartado 2.17.3, con fecha 17 de febrero de 2000 la Junta de Accionistas acordó aumentar el capital social, con renuncia al derecho de suscripción preferente de los accionistas, mediante la emisión y puesta en circulación de 1.500.000 acciones, destinada exclusivamente a dotar el plan de opciones de administradores, directivos y empleados de la Sociedad. El tipo de emisión de las acciones coincide con el valor nominal de las mismas (esto es, un (1) euro), y su desembolso deberá realizarse mediante aportación dineraria. Previa renuncia de la totalidad de los accionistas de la Sociedad a su derecho de suscripción preferente, se acordó ofrecer las nuevas acciones para su suscripción en los términos que determine el Consejo de Administración de la Sociedad, con objeto exclusivo de dotar el plan de opciones sobre acciones a favor de los administradores, directivos y empleados de la Sociedad. Estas nuevas acciones serán suscritas por una o varias entidades financieras, a elección del Consejo de Administración, que actuarán como agentes del plan de opciones. El Consejo de Administración quedó autorizado para determinar el suscriptor o suscriptores destinatarios de este aumento de capital, así como los términos de los acuerdos a suscribir con los mismos como agentes del plan de opciones.

#### *Agente del plan de opciones*

El Consejo de Administración está considerando ofertas de varias entidades financieras para actuar como agentes del plan de opciones. En principio, el agente del plan de opciones suscribirá la totalidad de las acciones procedentes del aumento de capital indicado, mediante aportación dineraria, celebrando simultáneamente un contrato con la Sociedad en virtud del cual concederá a la Sociedad un derecho irrevocable de opción de compra sobre las acciones suscritas, ejercitable por la Sociedad de modo exclusivo para atender el ejercicio de opciones concedidas bajo el plan de opciones de administradores, directivos y empleados.

### *Aspectos contables y fiscales*

No existe en la actualidad una normativa concreta sobre el tratamiento contable a aplicar en las entregas de opciones a administradores, directivos y empleados. La Sociedad procederá en su momento a realizar la contabilización de acuerdo con las normas que puedan establecerse y, en su defecto, recurrirá a la normativa y prácticas internacionales para reflejar la imagen fiel. No obstante, dado que la opción que deberá conceder el agente del plan de opciones establecerá un precio de ejercicio igual o superior al precio de adquisición de las acciones, el ejercicio de la opción por parte de los beneficiarios no tendrá impacto negativo en el resultado neto de la Sociedad.

#### **6.2.5 Importe de las obligaciones contraídas en materia de pensiones y de seguros de vida respecto de los fundadores, miembros antiguos y actuales del órgano de administración directivos actuales y sus antecesores.**

La Sociedad no tiene contraídas obligaciones en materia de pensiones y de seguros de vida respecto de fundadores, miembros antiguos y actuales del órgano de administración y directivos actuales o sus antecesores.

#### **6.2.6 Importe global de todos los anticipos, créditos concedidos y garantías constituidas por el emisor a favor de las citadas personas y todavía en vigor.**

No hay en vigor anticipos, créditos concedidos ni garantías constituidas por la Sociedad a favor de las personas a las que se refieren los apartados 6.1.1 y 6.1.3, no siendo política de la Sociedad concederlas.

#### **6.2.7 Mención de las principales actividades que las personas citadas ejerzan fuera de la Sociedad, cuando estas actividades sean significativas en relación con dicha Sociedad.**

### *Curriculum vitae*

Los *curricula vitae* de los miembros del Consejo de Administración son los siguientes:

**Tristan Garel-Jones** es *Managing Director* de Warburg Dillon Read, la filial de banca de inversión de UBS y Asesor de BP Amoco. Se formó académicamente en King's School, Canterbury y en la Universidad de Madrid. Inició su carrera política en 1974 trabajando para el partido conservador británico y, tras ocupar distintos cargos en la Casa Real Británica, entre ellos el de Tesorero Real, fue nombrado, en 1990, Ministro de Estado de Asuntos Exteriores en el Foreign Office Británico. Fue el Ministro para Europa responsable de la negociación del Tratado de Maastricht y, en 1993, dejó el Gobierno por voluntad propia, para emprender su carrera profesional empresarial. Es Miembro del Consejo de Acciona S.A., de Iberia, Líneas Aéreas de España, S.A. y Presidente de la Fundación Euroamérica.

**Ignacio Ozcáriz Arraiza** es miembro fundador y administrador único de Alkhaid Technologies S.L.. Es doctor ingeniero aeronáutico por la Universidad Politécnica de Madrid (ETSIA) y MBA por el Instituto de Empresa. Ha desarrollado su carrera profesional en distintas sociedades del sector aerospacial desde 1978, desempeñando diversos cargos en áreas de comercial, planificación y gestión. Entre 1980 y 1984 fue gerente de Innovación y Desarrollo Tecnológico S.A. (IDT), dedicada a la comercialización de sistemas de micro-informática, así como al desarrollo de aplicaciones informáticas de propósito específico. Entre 1990 y 1996 trabajó en Andersen Consulting, como gerente del área aerospacial y de Defensa. Desde 1996 es director gerente de la Fundación Red de Colegios Profesionales y miembro de la Junta Directiva del

Colegio Oficial de Ingenieros Aeronáuticos de España.

**Miguel Angel Rubio de la Plaza** es miembro fundador de Alkhaid Technologies S.L.. Es ingeniero aeronáutico por la Universidad Politécnica de Madrid (ETSIA). Ha trabajado para la consultoría técnica de Ineco como Director de Proyecto en áreas de telecomunicaciones para Aena, y fue responsable de planificación y control del Eurofighter 2000 en soporte al producto para la empresa aeronáutica CASA. Fue director gerente y fundador de Microsgarden S.A., empresa dedicada a la comercialización de sistemas de micro-informática. Es miembro de la comisión ejecutiva de la Fundación Red de Colegios Profesionales.

**Martin Brau** procede de la banca de inversión, con experiencia en finanzas corporativas y, específicamente, en fusiones y adquisiciones, financiación de proyectos y financiaciones estructuradas. Ha trabajado en la City de Londres, fundamentalmente como asesor del gobierno británico en privatizaciones y financiación de proyectos, participando en transacciones de este tipo por un valor total superior a 20.000 millones de dólares USA. Ha trabajado durante los últimos tres años en Santander Investment, del grupo BSCH. Cuenta con un MA de la Universidad de Edimburgo y un MBA de la Universidad de Stirling.

**Javier Baviano Hernández**, licenciado por ICADE, fue consejero director general del Grupo Prisa desde 1975 hasta 1988, vicepresidente de la cadena SER entre 1984 y 1988, director general de Comecosa (grupo Correo) entre 1989 y 1991, presidente del diario Ya (1989-1991), consejero delegado y vicepresidente de Expo'92 (1991-1993), consejero delegado de Business & Culture (1993-1996), director general de Gestport-Sogecable (1996-2000) y consejero de Audiovisual Sport (1997-2000), hasta su incorporación a la Sociedad como Director General el 1 de febrero de 2000.

**Manuel de la Rica Pascual** fue miembro fundador del Grupo Prisa y director comercial del mismo desde 1976 hasta 1987. En 1988 se integra como consejero y director general en Publintegral, la central de compras del grupo Prisa, líder del sector, y tras su fusión con Carat (Grupo Aegis) pasa a ser consejero delegado hasta 1993. En 1993 funda Media Estrategia, central de compra de medios. Ha sido accionista y consejero del grupo Multitel (Cadena Cope, Cadena Cien, Gepsa, Gepsa TV, Cableuropa, Multitel Cable, RFM, etc.) y de Cartera de Medios, sociedad inversora en medios de comunicación, constituida por Torreal, Mercapital y Multitel. En 1999, Media Estrategia vende el 49% de su capital a TLG (The Leo Burnett Group), y desde el 1 de enero del 2.000 pasa a denominarse Starcom Worldwide/Media Estrategia, convirtiéndose en la punta de lanza del negocio de medios del grupo en Europa. Desde el 1 de enero de 2.000 es miembro del Consejo de Starcom Worldwide.

**Carlos de Andrés Ruiz**, ingeniero aeronáutico y diplomado en dirección y administración de empresas, es el Decano del Colegio Oficial de Ingenieros Aeronáuticos de España y Presidente de las Asociación de Ingenieros Aeronáuticos de España desde 1989. Desde 1971 hasta 1982 fue profesor de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Aeronáuticos. Ha sido Presidente de la Confederación Europea de Asociaciones Aeronáuticas, y es en la actualidad miembro de su Consejo Director. Ocupó la dirección general de AENA (Aeropuertos Españoles y Navegación Aerea) entre 1996 y 1997.

**José Enrique Hours Pérez**, licenciado en Farmacia por la Universidad Complutense de Madrid, diplomado en Óptica Oftálmica y Acústica Audiométrica por la Universidad de Barcelona y Óptico Optometrista por la Universidad de Granada, es Presidente del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid y consejero por la Comunidad de Madrid del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos.

**Juan Miguel Villar Mir**, ingeniero de caminos, canales y puertos, es Presidente del Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos, Presidente Ejecutivo de Obrascon Huarte Lain S.A. (OHL), Presidente y Consejero Delegado de Inmobiliaria Espacio S.A., Ferroatlántica S.L., Fertiberia S.A., Hidro Nitro Española S.A. y es consejero de Santander Central Hispano Investment S.A..

**Joan Alsina Jiménez** es Director de la División de Nuevas Tecnologías de Catalana d'Iniciatives C.R., S.A. desde 1998. Es ingeniero superior de telecomunicaciones por la UPC y MBA por el IESE. Ha trabajado en el proceso de reestructuración y reflotación de distintas sociedades desde 1991, y en el área de fusiones y adquisiciones en Alta Partners, S.L.. Es miembro del Consejo de Administración de diversas sociedades de tecnología e Internet y de sociedades de otros sectores como el de las energías alternativas o la logística. Es miembro de la Junta Directiva de la Asociación Catalana de Ingenieros de Telecomunicación y miembro del Grupo WIN, grupo de reflexión para la elaboración del Método de Valoración de Negocios de Internet.

**Francesc Raventós Torras** es Consejero Delegado de Catalana D'Iniciatives C.R., S.A., Presidente del Comité Ejecutivo de la Asociación Plan Estratégico Barcelona 2.000, miembro de la Comisión Ejecutiva de la Asociación Barcelona Centro Financiero Europeo, miembro de la Asociación Barcelona Centro Financiero Europeo, de la Comisión Ejecutiva Fundación Parc Científic de Barcelona y del Consejo Social de la Universidad de Barcelona, y fue miembro del Comité Organizador de los Juegos Olímpicos de Barcelona en 1.992. Teniente Alcalde de Organización y Economía del Ayuntamiento de Barcelona. Director General del Insalud. Presidente del Consejo General de Colegio de Economistas de España. Decano-Presidente del Colegio de Economistas de Cataluña.

**6.3 Personas físicas o jurídicas que ejerzan o puedan ejercer un control sobre el emisor. Importe de la fracción de capital que ostentan y que confiere derecho a voto.**

Véase la relación de accionistas en el apartado 6.5 siguiente.

**6.4 Preceptos estatutarios que supongan o puedan suponer una restricción o limitación a la adquisición de participaciones importantes en la Sociedad por parte de terceros ajenos a la misma.**

Artículo 13

*Podrán asistir a la Junta General, con voz y voto, todos los accionistas, cualquiera que sea el número de acciones que posean, con tal de que sus acciones estén inscritas a su nombre en los Registros Contables a cargo de alguna de las Entidades Adheridas al Servicio de Compensación y Liquidación de Valores por lo menos con cinco (5) días de antelación a la fecha en que haya de celebrarse la Junta. Para ejercer el derecho de asistencia, el accionista deberá proveerse del correspondiente resguardo o certificado acreditativo expedido a estos efectos por las Entidades encargadas del Registro Contable de las acciones.*

*No obstante lo dispuesto en el párrafo anterior, ningún accionista, cualquiera que sea el número de acciones de las que resulte titular, podrá emitir un número de votos superior al 10% de los que, teniendo en cuenta el número de acciones presentes o representadas en la Junta, sean susceptibles de ser emitidos en la misma. La misma limitación será de aplicación al número de votos que puedan emitir, conjuntamente o por separado, dos o más sociedades accionistas pertenecientes a un mismo grupo de sociedades, entendiéndose por tal aquél en que se den las circunstancias previstas en el artículo 4 de la Ley del Mercado de Valores. El límite expresado*

*operará respecto de todos los asuntos que sean objeto de votación en la Junta General, pero no impedirá que las acciones a las que se aplique se computen como capital concurrente con derecho de voto, a efectos de calcular las cuotas necesarias para la constitución y adopción de acuerdos en las Juntas.*

#### Artículo 16

*Tanto la Junta General Ordinaria como la Extraordinaria quedará válidamente constituida, en primera convocatoria, cuando los accionistas presentes o representados, posean al menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito con derecho de voto. En segunda convocatoria será válida la constitución cuando los accionistas presentes o representados, posean al menos el veinticinco por ciento (25%) del capital suscrito con derecho de voto.*

*Para que la Junta General, Ordinaria o Extraordinaria, pueda acordar válidamente la emisión de obligaciones, el aumento o la disminución del capital, la transformación, fusión o escisión de la Sociedad y, en general, cualquier modificación de los Estatutos Sociales, será necesaria, en primera convocatoria, la concurrencia de accionistas presentes o representados que posea, al menos, el sesenta por ciento (60%) del capital suscrito con derecho de voto. En segunda convocatoria, será suficiente la concurrencia del cincuenta por ciento (50%) de dicho capital.*

#### Artículo 17

*Los acuerdos de las Juntas Generales, tanto ordinarias como extraordinarias, serán adoptados por mayoría de votos presentes o representados. Sin embargo, los acuerdos relativos a emisión de obligaciones, el aumento o la disminución del capital, la transformación, fusión o escisión de la Sociedad y, en general, cualquier modificación de los Estatutos Sociales, así como los acuerdos previstos en el artículo 19 de estos estatutos sociales sobre nombramiento y destitución de consejeros, serán adoptados con el voto favorable del setenta y cinco por ciento (75%) del capital presente o representado en la Junta.*

#### Artículo 19

*Véase el texto completo de este artículo en la página 6-3.*

### **6.5 Relación de participaciones significativas en el capital.**

El capital social de la Sociedad previo a la Oferta es de 10.144.262 euros. La totalidad de las acciones que conforman este capital, propiedad de Catalana d'Iniciatives (24,64%), la Fundación (50,51%) y Alkhaid (24,84%), fueron suscritas al mismo precio por acción, esto es, 1 euro por acción, equivalente a su valor nominal.

Una vez sean suscritas las acciones procedentes del aumento de capital detallado en 6.2.4, destinado a dotar el plan de opciones de administradores, directivos y empleados, la participación final en el accionariado de la Sociedad será la siguiente:

<u>Accionista</u>	<u>Nominal (euros)</u>	<u>Acciones</u>	<u>%</u>
Fundación	5.124.230	5.124.230	31,06%
Alkhaid	2.520.032	2.520.032	15,27%
Catalana d'Iniciatives	2.500.000	2.500.000	15,15%
Colegios Promotores	485.573	485.573	2,94%
Colegiados	4.370.165	4.370.165	26,48%

Agente del Plan	1.500.000	1.500.000	9,09%
<b>Total</b>	<b>16.500.000</b>	<b>16.500.000</b>	<b>100%</b>

No existe entre los accionistas o entre los Colegios Promotores pacto de sindicación o acuerdo alguno en relación con el ejercicio de sus derechos como accionistas de la Sociedad.

Asimismo, se hace constar que la participación de la Fundación en la Sociedad descenderá en los meses siguientes a la liquidación de la Oferta, como consecuencia de los compromisos asumidos por la Fundación frente a los Colegios y personas que, con carácter previo a la presente Oferta y a través de los Colegios, han venido financiando las actividades de la Sociedad y sus pérdidas de explotación. La deuda de la Sociedad que resulta de estas aportaciones fue cedida íntegramente por sus titulares en favor de la Fundación, que procedió a la capitalización de la misma con fecha 17 de febrero de 2000, según ha quedado explicado en el apartado 2.17.3.(c), por lo que en ningún caso la Sociedad mantiene deuda o responsabilidad alguna por este concepto. La Fundación, a opción de los acreedores de estos créditos, transmitirá las acciones en pago de la financiación concedida en su momento a la Sociedad, a un precio de 1,11 euros por acción, precio que se justifica por el momento en el que se realizó el desembolso, en una fase embrionaria del proyecto, con un nivel de riesgo sustancialmente diferente del que resulta de un proyecto en marcha. El capital de la Sociedad, tras las transmisiones de acciones que la Fundación pueda realizar en cumplimiento de sus compromisos, quedaría como sigue:

#### **Participación final**

<b>Accionista</b>	<b>Nominal (euros)</b>	<b>Acciones</b>	<b>%</b>
Fundación	1.000.000	1.000.000	6,06%
Colegios (*)	4.124.230	4.124.230	24,99%
Alkhaid	2.520.032	2.520.032	15,27%
Catalana d'Iniciatives	2.500.000	2.500.000	15,15%
Colegios Promotores	485.573	485.573	2,94%
Colegiados	4.370.165	4.370.165	26,48%
Agente del Plan	1.500.000	1.500.000	9,09%
<b>Total</b>	<b>16.500.000</b>	<b>16.500.000</b>	<b>100%</b>

(\*) incluye también a los Colegios Promotores y a las personas citadas en el párrafo anterior

La Sociedad, antes del 30 de junio de 2000, una vez completadas las transmisiones de acciones citadas, suministrará a la Comisión Nacional del Mercado de Valores como información adicional la situación final del accionariado de la Sociedad, indicando las participaciones finales directas e indirectas iguales o superiores al 1% del capital social que puedan existir, incluyendo específicamente las participaciones directas e indirectas de los miembros del Consejo de Administración.

Finalmente, si el Consejo de Administración, en función de las necesidades de financiación de la Sociedad, ejecuta un aumento de capital destinado a la eventual incorporación de socios estratégicos a la Sociedad (véase el riesgo "Dilución del accionariado de la Sociedad" en el apartado 0.2.2.3 y apartado 2.17.3), y tras las transferencias de acciones descritas en el apartado 6.2.5, el accionariado de la Sociedad será la siguiente:

<b>Accionista</b>	<b>Participación tras la Oferta y plan de opciones</b>	<b>Participación tras la colocación privada</b>
Fundación	6,06%	5,71%
Colegios	24,99%	23,57%
Alkhaid	15,27%	14,40%
Catalana d'Iniciatives	15,15%	14,28%
Colegios Promotores	2,95%	2,78%
Colegiados	26,48%	24,97%
Agente del Plan	9,10%	8,58%
Inversores estratégicos	-	5,71%
Total	100%	100%

#### **6.6 Número de accionistas de la Sociedad.**

De acuerdo con la documentación que obra en poder de la Sociedad, la cifra de accionistas es de tres (3): la Fundación, Alkhaid y Catalana d'Iniciatives C.R. S.A..

#### **6.7 Entidades prestamistas de la Sociedad.**

Ninguna entidad participa en más de un 20% en las deudas a largo plazo de la Sociedad.

#### **6.8 Clientes o suministradores cuyas operaciones de negocio con la Sociedad sean significativas.**

El grado de concentración de las relaciones comerciales de la Sociedad con clientes concretos no es significativo, sin que con ninguno de ellos se alcance un porcentaje de concentración individualmente considerado igual o superior al 25%. Por lo que a los proveedores se refiere, el único que mantiene operaciones de negocio significativas con la Sociedad, esto es, de al menos el 25% de las compras totales, será Alkhaid.

#### **6.9 Esquemas de participación del personal en el capital.**

El personal de la Sociedad podrá participar en el capital de la misma en los términos previstos en el plan de opciones para administradores, directivos y empleados descrito en el apartado 6.2.4, sin perjuicio de su eventual pertenencia a cualquiera de los Colegios y Asociaciones Profesionales incluidos en el **Anexo 3**, que les permitirá participar en la presente Oferta como cualquier otro Colegiado. No existe ningún otro plan de opciones referente a acciones de la Sociedad.

#### **6.10 Relación de la Sociedad con sus Auditores de Cuentas.**

La Sociedad ha sido auditada desde su constitución por Arthur Andersen y Cía., S.Com. La Sociedad no mantiene ni ha mantenido con sus auditores de cuentas relaciones de asesoramiento, consultoría u otro tipo distintas de las derivadas directamente de la labor profesional de auditoría de cuentas o de actividades relacionadas con la misma, con la excepción de su participación en la revisión de la razonabilidad de las hipótesis utilizadas por la Sociedad en la elaboración de los estados financieros proyectados para el período 2000-2004 que sirven de base a la información que se detalla en el Capítulo VII. La remuneración de los auditores por este concepto ha ascendido a 2.750.000 pesetas, lo que representa el 92% de su remuneración anual.



## **CAPITULO VII**

## **CAPÍTULO VII**

### **EVOLUCION RECIENTE Y PERSPECTIVAS DEL EMISOR**

#### **7.0 Introducción.**

En este Capítulo, el inversor potencial en las acciones objeto de la Oferta tiene la posibilidad de profundizar en su análisis acerca de las condiciones, generales y particulares, en las que, a juicio del Consejo de Administración, se desenvolverá el negocio de la Sociedad, reflejando su juicio sobre los hechos más significativos y su evolución más probable. La Sociedad expone las líneas generales del plan financiero previsional preparado por los responsables de la Sociedad sobre la base de hipótesis razonables, así como el conjunto de análisis de mercado en los que funda sus perspectivas de negocio más realistas.

En todo caso, se deja expresa constancia de que este Capítulo se refiere a previsiones, proyecciones, estimaciones o perspectivas susceptibles de ser realizadas o no. Aunque la información contenida en este Capítulo se corresponde con la mejor estimación de la Sociedad sobre dichas proyecciones y perspectivas, las mismas se basan en hechos futuros e inciertos cuyo cumplimiento es imposible determinar en el momento actual. Las proyecciones se refieren a un período de cinco años, muy prolongado en cualquier caso y más tratándose de una empresa que tiene Internet como marco de su actividad; si al carácter incierto de cualquier información basada en expectativas futuras de evolución de ingresos y gastos se une que se trata de un negocio en una fase muy preliminar de desarrollo, donde necesariamente los supuestos son más subjetivos que en un negocio establecido, es forzoso concluir que pueden producirse desviaciones significativas entre los resultados proyectados y los reales. La Sociedad no se hace responsable de las posibles desviaciones que pudieran producirse en los diferentes factores ajenos al control del Consejo de Administración de la Sociedad que influyen en la evolución futura de la Sociedad ni, por tanto, del cumplimiento de las perspectivas contenidas en este Capítulo.

A título meramente introductorio, y como guía para la lectura de los apartados que se siguen, indicar que la planificación financiera llevada a cabo por los responsables de dicha área de la Sociedad parte de la exhaustiva distinción entre las diferentes familias de servicios y productos, y su evolución, al objeto de que el potencial inversor evalúe su peso ponderado en el conjunto de ingresos de la Sociedad, y ha puesto dicha distinción en relación con sus metas de gestión y su perspectiva estratégica.

Asimismo, se indican de manera especialmente relevante las fuentes de gastos o costes proyectados para la Sociedad y su diferenciación en partidas relevantes. Se ha tenido como fuente de la planificación el objetivo básico de la empresa, esto es, la maximización de su valor a través de la ampliación de su base de usuarios, su extensión geográfica y la evolución y diversidad en los servicios y productos telemáticos ofrecidos, con un énfasis especial en asegurar un ritmo de crecimiento financieramente sostenible y adaptable al propio ritmo de evolución de la dimensión de la Sociedad.

#### **7.1. Acontecimientos posteriores al último cierre.**

Los estados financieros y resultados del ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 1999, y los estados financieros proforma a 31 de marzo de 2000, se han desglosado en los capítulos IV y V. El apartado 4.3.5 describe la evolución durante los primeros meses (enero, febrero y marzo) del ejercicio 2000 de las visitas de internautas y usuarios profesionales a la Plataforma www.recol.es, siempre teniendo en consideración que la Plataforma, con su actual diseño, fue lanzada el 14 de febrero de 2000 y que muchos contenidos están pendientes de ser introducidos. Varios servicios, a su vez, están en fase de diseño o evaluación definitiva. La dirección de la Sociedad estima que, a finales de abril de 2000, el 80% de la estructura (servicios y herramientas de software) de la Plataforma www.recol.es (servicios horizontales estratégicos y servicios propios de las comunidades verticales) estará plenamente operativa.

Entre los gastos, cabe destacar el importante incremento en los gastos de publicidad, como consecuencia de la campaña publicitaria realizada con el fin de dar a conocer la nueva Plataforma www.recol.es a su público objetivo, así como los destinados al posicionamiento y reforzamiento de la marca "RECOL". Estos gastos han ascendido a, aproximadamente, 211 millones de pesetas durante el período cerrado a 31 de marzo de 2000.

## **7.2 Perspectivas del emisor**

En aplicación de lo dispuesto en la Orden Ministerial de 12 de julio de 1993, por la que se desarrolla el Real Decreto 291/1992, de 27 de marzo, modificado por el Real Decreto 590/1998, de 7 de diciembre, se hace constar que el contenido de este apartado se basa en estimaciones, proyecciones o perspectivas susceptibles a ser realizadas o no.

Aunque la información contenida en este apartado se corresponde con la mejor estimación de la Sociedad sobre dichas proyecciones y perspectivas, las mismas se basan en hechos futuros e inciertos cuyo cumplimiento es imposible determinar en el momento actual. La Sociedad no se hace responsable de las posibles desviaciones que pudieran producirse en los diferentes factores ajenos al control del Consejo de Administración de la Sociedad que influyen en la evolución futura de la Sociedad ni, por tanto, del cumplimiento de las perspectivas contenidas en este apartado.

### **7.2.0 Hipótesis sobre el entorno global de la Sociedad.**

El plan de negocio de la Sociedad se basa en una serie de hipótesis generales referentes al entorno global de la Sociedad, desde una perspectiva macroeconómica. Estas previsiones, estimaciones o perspectivas, que por su propia naturaleza no suponen ninguna garantía de la evolución futura de los resultados de la Sociedad, son las siguientes:

- a. Estabilidad macroeconómica: Las proyecciones se han basado en la situación vigente de crecimiento económico con ausencia de presiones inflacionarias graves o déficits públicos excesivos. Se han basado en el cumplimiento riguroso del Plan de Convergencia español respecto de las economías de la zona-euro, en la efectiva entrada en vigor de la moneda única en el año 2002 y sus consecuencias en forma de mercado monetario y efectivamente unificado y en la inexistencia de presiones graves sobre el nivel de tipos de interés.
- b. Estabilidad en el régimen regulador y fiscal: La Sociedad ha basado todas sus estimaciones, proyecciones y perspectivas en la hipótesis de que el régimen regulador y fiscal se mantenga sin cambios sustanciales.
- c. Estabilidad en el entorno tecnológico: La Sociedad considera que en los próximos 5

años Internet no quedará obsoleta por un avance tecnológico inesperado que le sustituya completamente como forma de hacer negocios. La Sociedad estima que la navegación a través de enlaces de hipertexto seguirá siendo la manera principal de acceder a y navegar en Internet y que ésta se impondrá como canal de distribución de información y realización de transacciones en los términos que más adelante se indican.

- d. Estabilidad en el entorno competitivo: Ausencia de alteraciones significativas en el entorno competitivo de la Sociedad y, en particular, en la oferta y comercialización de los servicios prestados por entidades que dispongan de servicios similares. Si bien es previsible la “verticalización” de algunas plataformas en Internet, la Sociedad gozará de las ventajas asociadas a su condición de “first mover” o primer entrante y dispondrá de tiempo suficiente para desarrollar vínculos de fidelización con sus usuarios.
- e. Fiabilidad de los previsiones de las grandes empresas de investigación del mercado: La Sociedad ha basado sus proyecciones en las previsiones de reconocidas empresas de investigación de mercados. La Sociedad no ha comprobado las previsiones de crecimiento ni de rentabilidad del mercado Internet y segmentos de este mercado contenidos en los informes publicados por Forrester Research, Asociación de Usuarios de Internet (AUI), ACNielsen, Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), Jupiter Communications, IDC Research, Latin American Internet Services, Estudio General de Medios (EGM), Dataquest o la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE). Las estimaciones, proyecciones y perspectivas de la Sociedad suponen que el crecimiento del número de usuarios de la plataforma Recol y el crecimiento de la rentabilidad de la Sociedad reflejarán adecuadamente las previsiones publicadas de las empresas y organizaciones mencionadas.
- f. Ausencia de circunstancias excepcionales: Catástrofes naturales, guerras, inestabilidad social u otras alteraciones significativas en el escenario de estabilidad social, económica y política generalmente previsible.

### **7.2.1 Hipótesis sobre las perspectivas generales del negocio a través de Internet.**

El plan de negocio de la Sociedad se basa en una serie de hipótesis generales referentes al crecimiento de usuarios de Internet y al crecimiento del comercio electrónico y del volumen de publicidad invertido en Internet. Estos factores tendrán una incidencia importante sobre el crecimiento del número de usuarios de la plataforma Recol y sus expectativas de incremento de los ingresos publicitarios y por comercio electrónico de la Sociedad. En este epígrafe analizamos los aspectos más generales referidos a la evolución previsible de Internet como modo de acceso a información y conocimiento (tráfico que repercute en su interés como plataforma publicitaria) y como forma de realizar transacciones de comercio electrónico. Estas previsiones, estimaciones o perspectivas, que por su propia naturaleza no suponen ninguna garantía de la evolución futura de los resultados de la Sociedad, son las siguientes:

#### **7.2.1.1 Hipótesis sobre la evolución del número de usuarios en Internet en España.**

En la actualidad, más de tres millones de españoles disponen de acceso a Internet en sus diferentes modalidades (alrededor de un 10% de la población mayor de 14 años). De éstos, aproximadamente, dos millones y medio son usuarios activos. Sobre esta base inicial, los datos de crecimiento previsible extrapolados de los informes de IDC, Forrester Research y NUA Systems referentes a la evolución de diferentes parámetros

de usuarios de Internet en España para el período 1999-2003 son los siguientes:

	<b>Crecimiento Medio Anual</b>
Usuarios de Internet totales	33%
Dispositivos de acceso a Internet	45%
Ingresos de publicidad en Internet	130%
Gasto a través en comercio electrónico	36%
Compradores por comercio electrónico	59%

Los datos que la Sociedad incluye en estas hipótesis se extienden únicamente hasta el año 2003 debido a que la Sociedad no tiene conocimiento de que se hayan realizado estudios que se extiendan hasta el año 2004. Debido a las enormes incertidumbres que se derivan de hacer estimaciones a un plazo de tiempo tan prolongado en un sector como es el de Internet, los estudios más serios limitan el alcance de sus hipótesis hasta el año 2003. La Sociedad considera como hipótesis el mantenimiento en el año 2004 de la tendencia prevista para el año 2003.

En los próximos 5 años, el número de usuarios de Internet en España crecerá hasta sobrepasar ligeramente el 25% de la población española o, lo que es lo mismo, superará con creces la cifra de nueve millones de personas en términos de penetración. El incremento se deberá al fuerte crecimiento en el número y calidad de productos y servicios ofrecidos a través de Internet, a las previsibles disminuciones en el precio de los futuros dispositivos de acceso y al crecimiento económico, que permitirá seguir aumentando la introducción de ordenadores personales en el mercado español.

La previsible evolución de los dispositivos de acceso a Internet actuales (red de telefonía fija) hacia las fórmulas previstas por diferentes operadores para ofrecer acceso en un futuro próximo (banda ancha, telefonía móvil, redes satelitales, etc.) puede acelerar el crecimiento del número de usuarios de internet activos. La aparición de teléfonos móviles con acceso a Internet, dada la fuerte penetración de los móviles en España, puede compensar la baja penetración de ordenadores personales en nuestro país frente a la media europea (16% frente a 34%, según datos de Jupiter Communications incluidos en el estudio España on-line).

Existe, hoy en día, estrecha correlación entre los datos referidos al número total de ordenadores personales o PCs y el acceso a Internet. En España se estima en la actualidad la existencia de aproximadamente diez millones de PCs. El Estudio General de Medios (EGM) prevé la convergencia en España en el año 2005 del número de usuarios de ordenador personal y de usuarios de Internet, en un entorno de alrededor de 15 millones de personas. Para el año 2010, EGM estima que habrá 30 millones de usuarios en Internet por 20 millones de usuarios de ordenadores personales en España, lo que da cuenta de la previsible evolución de los sistemas de acceso.

En España, Cataluña, Madrid y Valencia son las Comunidades en las que más personas disponen de acceso a Internet, con cifras de penetración que oscilan entre el 11 y el 14 % de su población total (incidentalmente, señalar que se tratan de las Comunidades en las que la Sociedad dispone de más usuarios actuales o potenciales). Es importante aportar, en este punto, los datos reflejados en la Tercera Encuesta AMIC a usuarios de Internet en España llevada a cabo entre los meses de octubre y diciembre de 1999. De acuerdo con dicha fuente, en este momento el acceso a Internet y el aprovechamiento de sus posibilidades depende de la densidad de PCs. En España ésta no supera el 16%, puesto que sólo usan ordenador alrededor de 9,5 millones de

españoles, de los cuales 6,6 millones lo hacen habitualmente. Respecto de los hábitos de consumo de Internet, el 6,2% de las sesiones diarias duran menos de quince minutos, un 15,3% duran entre 15 minutos y media hora, un 58% entre media hora y dos horas, y el 20,5% restante más de dos horas. El promedio de conexión por semana se sitúa en el 65% entre 1 y 10 horas. La AMIC constata que el conocimiento en la red se adquiere con rapidez (se pasa de un nivel principiante a intermedio con velocidad), aunque su aprovechamiento depende altamente del nivel de conocimiento de inglés.

#### 7.2.1.2 Hipótesis sobre el crecimiento del comercio electrónico.

El comercio electrónico aumentará a medida que aumente el número de usuarios y su promedio de uso y hábito con la herramienta que significa Internet. El aumento del número de usuarios de Internet y las expectativas de crecimiento de Internet como medio de negocio incidirán directamente sobre el número y la proporción de usuarios que comprarán a través de Internet. El incremento en los ingresos derivados del comercio electrónico es consecuencia del aumento de la confianza en cuanto a la seguridad de la red como medio de comercio, del aumento del número de usuarios que compran a través de Internet y de un mayor gasto por usuario según aumenta la gama de productos y servicios ofrecidos a través de Internet.

El Informe de la AECE sobre comercio electrónico en España señala que en el año 2002 se efectuarán transacciones por valor de 255.000 millones de pesetas. Los elementos que incidirán en este crecimiento se centran en las mejoras de imagen de marca y de la atención al cliente. Debe, asimismo, crecer la tarjeta de crédito como sistema de pago (en la actualidad supone menos del 20% de las compras totales). Señala la AECE la dependencia de las compras en webs extranjeras sobre el volumen de compras o de comercio electrónico general. A su vez, indica que, en la actualidad el 98,5% de los usuarios están satisfechos con las compras realizadas.

En el año 2002 la existencia efectiva de un mercado unificado y de una moneda única provocarán un incremento exponencial en el total de las transacciones realizadas de este modo. Los usuarios más activos en dicha fecha serán jóvenes estudiantes y profesionales de entre 21 y 35 años, con mayores niveles de ingresos y de estudios, además de suponer en muchos casos profesionales en sus primeros años de actividad profesional y usuarios objetivo de la Plataforma Recol.es en una segunda generación. Se esperan, para el año 2002, alrededor de 2 millones de compradores a través de Internet en España.

#### 7.2.1.3 Hipótesis sobre el crecimiento del volumen de publicidad invertido en Internet.

La publicidad en Internet creció un 603% en España en el año 1999 con un gasto total superior a 27.000 millones de pesetas (según datos de Infoadex, empresa asociada a ACNielsen). El grado de crecimiento previsible lo da el hecho de que la red Internet recogió sólo el 3% de la publicidad destinada a medios no convencionales (un total de 893.000 millones de pesetas), siendo superada por el correo personalizado, buzzoneo, envío de folletos o marketing telefónico.

No se debe olvidar el grado de correlación entre la presencia en la red con el grado de compra o utilización de servicios a través de la misma (derivado de la necesidad de confianza lo que incide en la ineludible obligación de tomar posiciones en este momento y aprovechar sus ventajas de ese modo como más adelante señalaremos acerca del enfoque estratégico de la Sociedad).

En definitiva, la estrategia de la Sociedad para aprovechar el potencial de crecimiento de esta forma de hacer negocio pueden sintetizarse en aumentar su base de clientes, aumentar el tráfico en su plataforma, maximizar los ingresos por publicidad y esponsorizaciones y, finalmente, capturar ingresos por comercio electrónico.

## **7.2.2 Hipótesis de la Sociedad sobre usuarios, ingresos y gastos.**

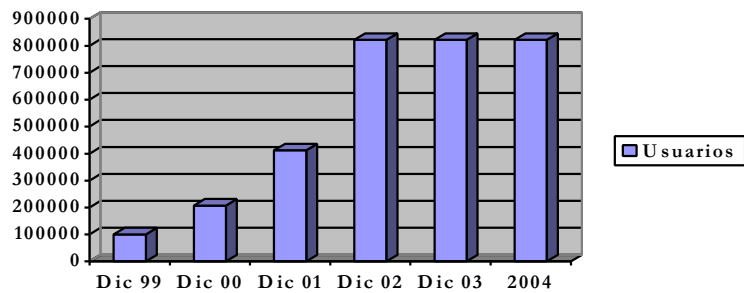
### **7.2.2.1 Hipótesis sobre la evolución del número de usuarios**

La Sociedad toma como hipótesis una potenciación y ampliación de su base de usuarios, de forma primaria entre los profesionales asociados al proyecto a través de su pertenencia a los Colegios agrupados en la Fundación (mercado potencial primario de 800.000 personas), sin olvidar lo que puede ser definido como el mercado potencial extendido (compuesto por profesionales de colegios y asociaciones que puedan en el futuro formar parte del proyecto o por nuevos profesionales bajo otras formas de agrupación), que la Sociedad estima en aproximadamente 1.500.000 personas.

El término usuario incluye tanto a los que solamente utilizan los servicios de acceso universal como a los que utilizan los servicios que requieren del reconocimiento de la calidad de profesional y que no se encuentran disponibles ni para el que accede en general ni para el profesional que no pertenezca a la comunidad de que se trate. En la actualidad, la Sociedad cuenta con 125.000 cuentas de acceso y conexión a Internet que utilizan el nodo de comunicaciones de la Sociedad.

La base de partida del plan de negocios es de 125.000 usuarios activos a finales del mes de marzo de 2000, lo que supone un 15,62% del mercado primario. Debe destacarse que esta cifra de usuarios se ha obtenido sin tener apenas presencia publicitaria de la Plataforma ni haber definido, con precisión, las tareas de marketing y diseminación no sólo atribuibles al departamento de marketing de la Sociedad sino también a los propios colegios y asociaciones profesionales partícipes del proyecto.

Se estima crecer a una tasa mensual de 8.000-10.000 usuarios en función del potencial de incremento de los usuarios de Internet en España proyectado por la consultora IDC hasta estabilizarse en 821.500 usuarios en el año 2003, manteniéndose estable en el 2004. Esta tasa supone un 8,75% del total de usuarios de Internet en España en dicha fecha, teniendo en cuenta que, en función de la inexistencia de exclusividad, los usuarios pueden compartir más de una plataforma o portal de acceso y contenidos. Las proyecciones de la compañía se han hecho sobre la base usuarios totales/población total no sobre la base usuarios totales según plataformas o portales de acceso y contenidos que, en su conjunto, podrían sumar mucho más de lo proyectado para España en el año 2004.



Las razones que la Sociedad esgrime para soportar este crecimiento se centran en lo siguiente:

- En primer lugar, se estima que a lo largo del período reflejado se haya definido con precisión el mercado potencial extendido, tanto desde el punto de vista funcional como geográfico. Se habrá procedido a entrar en el mercado de profesionales latinoamericano y de habla hispana en los Estados Unidos. En las cifras de evolución de usuarios reflejadas no se desglosa esta posibilidad de modo preciso pero la Sociedad ya ha dado pasos incipientes, en forma de análisis, estudio y evaluación para su desarrollo en dichas áreas geográficas.
- La Sociedad podría considerar la posibilidad de proporcionar kits de conexión y acceso regularmente a todos sus usuarios potenciales, recogiendo todas las ventajas tecnológicas de mercado que considere necesarias para los profesionales. En las cifras de evolución de usuarios reflejadas no se desglosa esta posibilidad de modo preciso pero la Sociedad ya ha dado pasos incipientes, en forma de análisis, estudio y evaluación para su desarrollo.
- El acceso a Internet reflejado para España y Latinoamérica depende de la evolución de diferentes políticas públicas en materia de precios y tarifas telefónicas y de iniciativas público-privadas en materia de diversificación de modalidades de acceso a Internet (cable, banda ancha, satelital). Por ello, es previsible que un avance en estos aspectos pueda acelerar el acceso de usuarios activos a Internet.
- La Sociedad pretende aprovechar las ventajas derivadas de primer entrante en la oferta de soluciones para estas comunidades de profesionales así como en otras comunidades con grados de desarrollo tecnológico bajos o básicos.
- La Sociedad parte de un modelo estratégico que considera usuarios cualitativamente distintos a los de otras propuestas en el mercado. Pretende, por tanto, explotar al máximo las sinergias de desarrollo que comparte con los colegios y asociaciones profesionales tanto en lo que respecta a la extensión de la base de usuarios como al diseño de productos y servicios horizontales y verticales debido a las ventajas que ofrece la estructura matricial de la Plataforma.

La línea estratégica de la Sociedad para captar y fidelizar un número creciente de usuarios cuenta con los siguientes elementos:

- Desarrollo de un fuerte reconocimiento de marca. Presencia e inversión constante en medios de comunicación generales y específicos, desarrollo de mecanismos de comunicación no estructurada (relaciones públicas e institucionales).



- Orientación al cliente como base del negocio. Mejora constante en los niveles de atención al cliente. Utilización coordinada del canal de diseminación de ideas y contenidos formado por los colegios y asociaciones profesionales.
- Evolución progresiva hacia un servicio de valor añadido para el profesional.
- Mejora constante de los dispositivos de acceso a disposición de los usuarios.
- Eliminación de barreras de entrada físicas y psicológicas a Internet.
- Énfasis en la retención de clientes y en el incremento de uso de Internet por cada usuario: acceso rápido y fiable, alta velocidad de transferencia de datos, menor tiempo de establecimiento de conexión, etc.
- Ajuste de la oferta a las características de cada segmento de su mercado actual y potencial. Desarrollo de las posibilidades de cada comunidad vertical y búsqueda de “nichos” de profesionales a los que ofrecer servicios dedicados y generales.
- Investigación y desarrollo constante de las líneas de producción de contenidos.

#### **7.2.2.2 Hipótesis sobre los ingresos generados por la plataforma por publicidad.**

##### *Fuentes de ingresos por publicidad*

La Sociedad espera que los ingresos publicitarios de la Sociedad provengan de publicidad por banners tradicionales (la Sociedad ofrecerá la oportunidad de colocar banners en las páginas de Recol. El público objetivo potencial, los profesionales, hace interesante para los anunciantes utilizar este canal), banners enfocados en determinados segmentos de usuarios (existen muchos anunciantes que querrán acceder a un segmento específico de usuarios. La Sociedad les ofrecerá la oportunidad de colocar banners solamente en las páginas que van a ver ciertos usuarios), y patrocinio o esponsorización (existen muchas alternativas para ofrecer a patrocinadores la oportunidad de diseñar campañas de marketing creativas utilizando las páginas de Recol. El patrocinio podría incluir la venta de un área, producto o servicio).

##### *Vistazos de página*

El plan de negocio de la Sociedad parte, para la estimación de ingresos publicitarios, del concepto “vistazos de página” o VP, concepto que podemos definir como la forma de medir la posible atención a la publicidad en cada página por parte de los potenciales usuarios y cuya unidad sería minutos al mes. Los VP vienen a reflejar el tiempo total que el usuario destinará potencialmente a mirar páginas y, por tanto, dan cuenta del previsible impacto de los inputs publicitarios que se contraten en la Plataforma.

La Sociedad estima que en diciembre de 2004 un usuario de la Plataforma verá 8.700 segundos de página o 145 minutos mensuales (alrededor de 7,25 minutos al día, contando sólo los días laborables). Estas cifras deben cotejarse con las reflejadas de la Tercera Encuesta AMIC a usuarios de Internet entre octubre y diciembre de 1999. En dicha encuesta vemos cómo sólo el 6,2% de las sesiones de Internet al día duran menos de quince minutos, un 15,3% duran entre quince minutos y media hora y un 58% duran entre media hora y dos horas; además, el promedio de conexión por semana se sitúa en el 65% de los casos entre 1 y 10 horas. Las estimaciones de la Sociedad son, por lo tanto, prudentes y, en todo caso, sufrirán

correcciones al alza, no sólo por su convergencia con los hábitos de consumo de Internet generales, sino por la progresiva introducción y mejora de servicios y contenidos contemplada, que otorgarán a la Plataforma la condición de atractivo soporte publicitario para anunciantes y escaparate de primer orden para el comercio electrónico

### *CPM*

Por su parte, las previsiones de facturación publicitaria se expresan en CPM o coste por mil impresiones, que se relacionan con el concepto antes analizado de vistazos de página o VP (el total de VP multiplicado por el número de usuarios de cada mes conforma una cantidad definida, a efectos publicitarios, como inventario). La Sociedad dispone de una herramienta específica para la entrega, control, reporting y gestión de los banners publicitarios dentro de la plataforma Recol.es. La herramienta, denominada, servidor de banners, es parte del sistema "Microsoft Site Server Análisis" que gestiona gran parte de las estadísticas en torno a las páginas web de la Sociedad. El servidor de banners refleja la cantidad de "impresiones" (veces que el banner se ha descargado por completo delante de un usuario) de cada banner o serie de banners. Los datos referentes a las impresiones y los "clic throughs" (veces que el usuario hace clic sobre el banner llevándole a la web del anunciante normalmente) son reflejados en un informe que se entrega posteriormente al anunciante. Los criterios que miden una impresión son que el banner no solo se halla descargado por completo en la pantalla del usuario, sino que el usuario haya estado expuesto al banner durante un periodo de 10 a 15 segundos. Es el banner en si y el "target" (los criterios que definen cuando o quien recibe el banner) de dicho banner el que reporta datos al servidor de banners.

El precio de los CPM, por su parte, refleja cierta estacionalidad en el período en que se contrata la publicidad (en julio y agosto de cada año se insertan menos anuncios, dándose el efecto contrario en los meses anteriores al verano y durante la Navidad).

Pueden darse otras formas de facturación (Coste Por Click o CPC) así como variaciones en el precio en función de la demanda prevista o las necesidades de enfoque de los anunciantes. La Sociedad pretende negociar en cualquier caso sus inventarios de espacios publicitarios bajo la forma de CPM y no de CPC por lo que es sobre la base del CPM como se ha proyectado la cifra de ingresos por publicidad en los estados financieros proyectados adjuntos. En cualquier caso, los porcentajes que sobre el inventario disponible se han estimado para cuantificar las ventas proyectadas de publicidad se han determinado de forma prudente, tal y como se explica a continuación, lo cual compensaría el supuesto de venta bajo el sistema de CPC en algunos casos.

La Sociedad estima poder empezar a facturar publicidad por banners a partir del próximo mes de mayo y ha establecido previsiones prudentes acerca de la venta de su inventario total, con estimaciones que nunca superan la venta del 25% (esta estimación es extremadamente prudente en comparación con los objetivos de la Sociedad de vender el 100% de su inventario). La previsión de comenzar a vender espacios publicitarios a partir de mayo se realiza en función de las negociaciones que está llevando a cabo el departamento de marketing de la compañía el cual, en la actualidad, está negociando y desarrollando acuerdos con potenciales anunciantes. En este caso, se prevé el pago de comisiones de mercado a las agencias de publicidad o centrales de compra de medios especializadas en Internet como T'Kom o Double Click.

### *Esponsorización*

En cuanto a la esponsorización o patrocinio, el CPM tiene un precio superior al tratarse de una

fórmula publicitaria extraordinariamente enfocada y segmentada, por lo que se dan pocos riesgos de acceder a un público no interesado (la diferencia en términos de precio es de un 50% superior en este caso, de acuerdo con las estimaciones de la Sociedad basadas en las negociaciones en curso con anunciantes y la experiencia de enfoques similares al de la Sociedad en otros países). El anunciante puede dirigirse únicamente a su público objetivo y se dan posibilidades de acceder a la esponsorización a los anunciantes más pequeños. Están previstas otras fórmulas de facturación para la esponsorización, como pueden ser el patrocinio de un área completa, para lo cual se diseñarían otras formas de cobro (previsiblemente, en función del coste por día).

Se proyecta vender espacio publicitario a sponsors en todas las áreas de comunidades verticales. El porcentaje de inventario que se estima vender bajo esta fórmula de ingresos de publicidad es superior al de la mera publicidad por banners; oscila entre el 25% y el 49% del inventario total cada mes hasta enero de 2001 en que disminuye y se estabiliza en el 30% debido al importante crecimiento esperado en la oferta de espacios publicitarios. Se prevé comenzar a facturar en el mes de junio del 2000. Esta fórmula será objeto de gestión directa por parte de la Sociedad.

### **7.2.2.3 Hipótesis sobre los ingresos generados por la plataforma por comercio electrónico.**

Los ingresos por comercio electrónico se refieren a las comisiones por ventas de comercio electrónico (normalmente un 10%, según estimaciones de la Sociedad sobre la experiencia en otros mercados). Las posibilidades son amplísimas y se ampliarán con el tiempo (comisiones de subastas, P-Bank, ventas de billetes de viajes, ...), pero la Sociedad, por un criterio de prudencia ante la falta de desarrollos en el sector, no ha incluido entre las previsiones generales del comercio electrónico en España otras estimaciones más optimistas procedentes de fuentes como Forrester Research que cifran en 1,6 billones de pesetas las ventas a través de comercio electrónico en España en el año 2002. La compañía prevé vender en dicho año 286 millones de pesetas (dado que los ingresos son el 10% de las ventas a través de la Plataforma se venderán más de 2.860 millones de pesetas), lo que significa estimar su cuota de mercado en el 0,20% en España en dicho año.

Las previsiones son más que prudentes debido a diferentes factores que la Sociedad está evaluando para su implantación definitiva: la atracción de los compradores españoles hacia las páginas web de servidores extranjeros, las barreras psicológicas de entrada en esta modalidad de comercio, la escasa utilización de la tarjeta de crédito como medio de pago, la necesidad de afrontar fuertes inversiones en tecnología, contenidos, transporte y logística, los problemas que surgen del tratamiento privado de datos de carácter confidencial, etc. La Sociedad espera que el desarrollo de sus herramientas de comercio electrónico corra paralelo al desarrollo de un proyecto de medios de pago seguros, que sin duda tendrá influencia, asimismo, sobre el nivel total de ingresos publicitarios al constituir una forma atractiva para vincular sponsors y merchants específicos.

La Sociedad, en todo caso, pretende fomentar el uso del comercio electrónico entre sus usuarios, así como entre sus usuarios y los anunciantes y patrocinadores. La mayoría de los ingresos de este tipo vendrán de un margen o comisión por cada transacción hecha a través de la plataforma. En este sentido, la cifra de ingresos que figuran en los estados financieros proyectados por este concepto muestra exclusivamente esta comisión de intermediación y no los valores brutos de las transacciones que se comercializarán con su intermediación. La Sociedad pretende ir más allá de la condición de mero intermediario y pretende capturar valor a lo largo de toda la cadena del comercio electrónico.

#### **7.2.2.4 Hipótesis sobre los gastos de la Sociedad.**

Los estados financieros proyectados se basan en una serie de hipótesis concretas referentes a la evolución de los gastos de la Sociedad en el período objeto de proyección. Estas previsiones, estimaciones o perspectivas, que por su propia naturaleza no suponen ninguna garantía de la evolución futura de los resultados de la Sociedad, son las siguientes:

a. Hipótesis sobre gastos en tecnología.

Los gastos de tecnología incluyen lo que se le paga a la sociedad Alkhaid, actual accionista de la Sociedad, por el uso del entorno tecnológico que ésta desarrolla y pone a disposición de la Sociedad y sus usuarios y los pagos a la Fundación. En el caso de Alkhaid, incluye los gastos derivados de la ejecución de las obligaciones técnicas contenidas en el contrato entre la Sociedad y Alkhaid expresados como componente de retribución variable en la cláusula décima de dicho contrato; en este sentido, se retribuye (1) al personal de Alkhaid que está destinado a la ejecución del proyecto técnico y a las actividades de IAP o Internet Access Provider, (2) los gastos derivados del contrato de leasing de los servidores Compaq (la compañía ha calculado que estos gastos son suficientes hasta 200.000 usuarios y que aumentarán escalarmente en casi 4,5 millones/mes por cada 100.000 nuevos usuarios), y (3) los gastos derivados de las licencias de software contratadas con Microsoft. De los costes de Alkhaid que la Sociedad debe atender se deduce la cantidad percibida por Alkhaid en concepto de tráfico inducido. Por lo que respecta a la Fundación se trata de los pagos derivados del contrato suscrito con fecha 15 de febrero de 2000 entre la Sociedad y la Fundación (0,3 millones de euro/año a partir de marzo del 2001).

b. Gastos de arrendamiento.

La Sociedad considera a estos efectos la renta pactada en el contrato de arrendamiento de su centro de trabajo de Las Rozas. Se espera no efectuar cambios hasta el año 2001, fecha en la cual se estima un incremento en el gasto de alquiler, bien por la adquisición de oficinas nuevas (en cuyo caso se estima que representaría la amortización de las mismas) bien por traslado a una oficina mayor que la actual. En el supuesto de adquisición, al tratarse de una decisión pendiente y sujeta a la situación de precios del mercado inmobiliario, no predecible en el momento actual, no se ha considerado la aplicación de fondos que representaría dicha eventual adquisición en los estados financieros proyectados adjuntos.

c. Gastos profesionales.

Los gastos de asesoramiento por ampliación de capital, significativos en los primeros meses de 2000, incluyen los honorarios debidos a los bancos de inversiones contratados, asesores fiscales, abogados y auditores, así como otros costes directos debidos a la OPS en sí. Igualmente, se ha estimado un importante gasto en el mes de junio en asesoramiento, cronológicamente coincidente con la fecha en la que la compañía espera desarrollar una colocación privada de capital. No se han presupuestado gastos de asesoramiento debidos a ninguna otra operación de carácter financiero previstos por la sociedad, aunque es previsible que se den en un futuro. Los gastos profesionales corrientes (abogados, asesores fiscales) se estabilizarían en el nivel de 2,5 millones de pesetas al mes.

d. Gastos varios/otros.

Los gastos varios son estimaciones prudentes en función del desarrollo o crecimiento del negocio y del incremento de las necesidades de personal. Se incluyen en las proyecciones al objeto de amortiguar posibles desequilibrios no presupuestados. Su peso es relativamente alto en el comienzo de las operaciones de la plataforma al integrar otros gastos no asignados en epígrafes propios en dicho momento (marketing, publicidad, equipos, gastos profesionales, etc.), aunque estén contablemente recogidos de otra manera. Incluye gastos presupuestados para la partida “internacional”, derivados de gastos de viaje, estudios de mercado, análisis y demás prospecciones que se están llevando a cabo para efectuar la expansión de la compañía a Latinoamérica.

e. Gastos de personal.

La Sociedad estima que su personal durante el período al que se refieren los estados financieros proyectados evolucionará de acuerdo con el siguiente cuadro:

	<b>Plantilla</b>	<b>Gastos de personal (pesetas)</b>
2000	97	464.000.000
2001	148	683.000.000
2002	159	739.000.000
2003	177	803.000.000
2004	197	876.000.000

Las partidas presupuestadas incluyen salarios, retribución variable y seguros, así como los costes de Seguridad Social a cargo de la Sociedad.

Las partidas de gastos de personal más importantes se centran en el Departamento de Marketing, debido al número de personas exigido por la estructura matricial de la Plataforma. De este modo, al margen de la estructura de ventas que se da en los servicios horizontales estratégicos, las comunidades verticales tendrán un funcionamiento propio e independiente como unidad de negocio y gozarán de su propio personal (community managers, ejecutivos, asistentes administrativos, técnicos ISP o Internet Service Providers, periodistas, etc.).

f. Gastos de Marketing.

El presupuesto de marketing es el que más peso tiene dentro del total de gastos presupuestados y proyectados por la Sociedad en el período analizado. Al objeto de aclarar las hipótesis de trabajo en las que se basan los presupuestos debemos indicar lo siguiente: cada servicio horizontal estratégico que está contemplado en la actualidad (subastas, finanzas, viajes, formación “on line” y Bolsa de Trabajo), y sin perjuicio de aquellos que la Sociedad introduzca en el futuro, contiene gastos de diseño, de contenidos y de desarrollo.

Los gastos de diseño se refieren, fundamentalmente, a los trabajos de diseño propiamente dichos que, en la actualidad, lleva a cabo la compañía Addison. Los gastos de contenidos de servicios horizontales se refieren a los elementos que compondrán y ampliarán dicho servicio con objeto de fidelizar a los usuarios de la Plataforma y de cada servicio horizontal. Los gastos de desarrollo, por último, contemplan el conjunto de gastos técnicos destinados a soportar la tecnología actual precisa para el servicio en sí y su posible evolución escalar según el número de

usuarios, contenidos y subservicios, en función de la experiencia que la compañía ha tenido con desarrolladores de servicios como Dreams Factory. Los gastos incluyen los derivados de la integración de la plataforma de la Sociedad con los de terceros, así como los consultores externos (Addison, Dreams Factory). La Sociedad no considera estos gastos de diseño y desarrollo como inmovilizado.

Se encuentran, asimismo, presupuestados en el apartado de marketing los gastos referidos a P-Bank (diseño de arquitectura del sistema con Andersen Consulting, compra de licencias para desarrollo de bases de datos, integración de sistemas y gastos legales) y los propios de cada comunidad vertical, (diseño, contenidos, desarrollo, colaboradores externos, etc.).

El último apartado del presupuesto de marketing sobre el que se han basado las cifras del plan de negocio lo componen elementos como el “call-centre” (servicio de atención al cliente subcontratado con SDV, para un horario de atención de 16 horas y un personal de atención actual de 10 personas) y, sobre todo, la publicidad general o publicidad “off-line” de la propia compañía. En el primer año, los gastos totales por este concepto ascenderán a más de dos mil millones de pesetas y se espera crezcan a una tasa del 5% anual.

g) Gastos financieros.

La Sociedad, al elaborar sus hipótesis sobre la evolución del gasto, ha considerado que no existe carga financiera derivada de financiación externa alguna, ya que considera que podrá financiarse íntegramente mediante recursos propios.

### 7.2.3 Perspectivas financieras del emisor.

#### 7.2.3.1 Previsiones de ingresos

Sobre las hipótesis mencionadas en el apartado 7.2.2, la Sociedad ha estimado una evolución de los ingresos de la Sociedad derivados de sus actividades ordinarias en el período 2000-2004. Estas previsiones, estimaciones o perspectivas, que por su propia naturaleza no suponen ninguna garantía de la evolución futura de los resultados de la Sociedad, son las siguientes:

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
Publicidad (banners)	73	369	986	1518	1590
Esponsorización	353	1019	2716	4137	4327
Comercio electrónico	24	75	286	587	963
Variación anual	-	+225%	+172%	+57%	+10%

en millones de pesetas

#### 7.2.3.2 Previsiones de gastos

Sobre las hipótesis mencionadas en el apartado 7.2.2, la Sociedad ha estimado una evolución de los gastos de la Sociedad derivados de sus actividades ordinarias en el período 2000-2004. Estas previsiones, estimaciones o perspectivas, que por su propia naturaleza no suponen ninguna garantía de la evolución futura de los resultados de la Sociedad, son las siguientes:

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
Personal	472	683	739	803	876
Marketing	2421	2611	2845	3042	3193

Alquileres	21	44	44	44	44
Tecnología	376	788	1377	1832	1937
Profesional	424	33	33	42	42
Otros	474	251	97	103	110
Amortizaciones	102	121	124	126	128
Variación anual	-	+6%	+16%	+14%	+6%

en millones de pesetas

### 7.2.3.3 Política de inversiones.

La Sociedad prevé unas inversiones aproximadas totales de 9.409 millones de pesetas durante el período proyectado, con objeto de aprovechar el potencial y las buenas expectativas de crecimiento del mercado de Internet en general y para profesionales en particular, que serían financiadas con el excedente de tesorería que la Sociedad generará de ver cumplidas las hipótesis sobre evolución de los recursos propios de la Sociedad. Las cifras que se muestran a continuación responden a los objetivos estratégicos que la Sociedad tiene marcados y que representan su mejor estimación, en función de la situación actual de desarrollo del plan de negocio de la Sociedad, en cuanto al destino a dar a parte de los fondos obtenidos de las previstas operaciones de financiación, pero no representan necesariamente el destino al que definitivamente el Consejo de Administración decida dedicar dicha financiación.

El desglose de las inversiones necesarias, en millones de pesetas, queda reflejado en el cuadro siguiente:

<b>Inversiones Financieras</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
Redes POPs	1.000	1.000			
Contenidos	500	500			
Plataformas	500	2.500	1.500	700	700
Infraestructuras	500				
<b>Total</b>	<b>2.500</b>	<b>3.500</b>	<b>1.500</b>	<b>700</b>	<b>700</b>

<b>Inversiones no financieras</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
Inmaterial	415				
Material	46	12	12	12	12
<b>Total</b>	<b>461</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>

<b>Inversión total</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
Inmaterial	415				
Material	2.546	3.512	1.512	712	712
<b>Total</b>	<b>2.961</b>	<b>3.512</b>	<b>1.512</b>	<b>712</b>	<b>712</b>

Las inversiones financieras reseñadas se realizarán en empresas que tengan como objeto el que se describe en cada uno de los apartados (redes PoPs, contenidos, plataformas e infraestructuras), ya que la Sociedad considera que la rapidez exigible en el mercado en que opera requiere la adquisición de empresas ya existentes y en funcionamiento, que puedan aportar sistemas ya operativos.

Estas inversiones serán destinadas a financiar las siguientes actuaciones estratégicas:

- Desarrollo de redes propias de acceso (redes satelitales) u ofrecimiento de condiciones de acceso competitivas y evolutivas (cable, ADSL, banda ancha), mejora de los

sistemas de soporte, desarrollo de puntos de presencia (PoPs), mejoras de sistemas de gestión, oferta de soluciones globales de comunicaciones con alto valor añadido y servicios de mensajería unificada, movilidad personal y teletrabajo para profesionales, programas regulares de envío de kits gratuitos de conexión.

- Desarrollo del negocio de Plataforma: compras de software, nuevos negocios o adquisición de plataformas o portales para absorber la creciente demanda de usuarios, mejora y modernización de oficinas, definitiva instalación de negocio en Latinoamérica y en el mercado estadounidense de habla hispana, desarrollo de nuevos nichos de profesionales y desarrollos de modalidades de futuro de comercio electrónico (B2B, B2C).
- Inversiones adicionales para la adquisición de participaciones en sociedades o creación de joint ventures de desarrollo tecnológico o I+D en común.

#### 7.2.3.4 Previsiones de resultados

Los resultados estimados por la Sociedad, y su efecto sobre los recursos propios si la Sociedad no es capaz de obtener nueva financiación ajena, salvo la que resulta de esta Oferta y de la ejecución del aumento de capital previsto para dotar el plan de opciones de administradores, directivos y empleados, son los siguientes:

	2000	2001	2002	2003	2004
Resultados	-3.789	-3.033	-1.289	+214	+521
Fondos propios	+2.919	-114	-1.404	-1.189	-667

en millones de pesetas

Estas previsiones no suponen ninguna garantía de la evolución futura de los resultados de la Sociedad. Aunque suponen la mejor estimación de la Sociedad sobre dichas variables, se basan en hechos futuros e inciertos cuyo cumplimiento es imposible determinar en el momento actual. La Sociedad no se hace responsable de las posibles desviaciones que pudieran producirse en los diferentes factores ajenos al control del Consejo de Administración de la Sociedad que influyen en la evolución futura de la Sociedad ni, por tanto, del cumplimiento de las perspectivas indicadas.

Desde esta óptica, las necesidades de financiación de la Sociedad resultantes de las pérdidas proyectadas acumuladas en los estados financieros proyectados ascienden a 8.189 millones de pesetas aproximadamente, cifra máxima estimada de pérdidas de explotación de la Sociedad, incluyendo a estos efectos las incurridas en el ejercicio 1999. El negocio de la Sociedad reflejará pérdidas de explotación hasta diciembre de 2002. La Sociedad espera alcanzar en el mes de diciembre del ejercicio 2003 su punto de equilibrio entre ingresos y gastos en una cifra aproximada de 6.000 millones de pesetas anuales para ambas partidas, finalizando dicho ejercicio con un beneficio de 214 millones de pesetas.

Con las pérdidas previstas en el plan de negocio, y si la Sociedad no es capaz de obtener nueva financiación ajena, salvo la que resulta de esta Oferta y de la ejecución del aumento de capital previsto para dotar el plan de opciones de administradores, directivos y empleados, los fondos propios de la Sociedad se situarán por debajo del capital social en febrero de 2001, y serán inferiores a la mitad del capital social en julio de 2001. Ello pone de manifiesto, una vez más, que la Sociedad necesitará acudir a financiación externa para restaurar su situación patrimonial y requerirá financiación adicional para desarrollar su plan de negocio, que no podrá generar mediante sus actividades ordinarias, y no puede garantizar que será capaz de obtener dicha



financiación.

En todo caso, la Sociedad estaría obligada a adoptar medidas en las siguientes situaciones: (i) si los fondos propios de la Sociedad fueran inferiores a las dos terceras partes del capital social, la Sociedad estaría obligada a reducir la cifra del capital social si hubiera transcurrido un ejercicio sin que los fondos propios se hubieran recuperado, y (ii) en caso de que los fondos propios de la Sociedad estuvieran por debajo de la mitad del capital social, la Sociedad estaría obligada a aumentar o reducir el capital social en cuantía suficiente para equilibrar el capital social y los fondos propios, ya que en caso de no hacerlo estaría en el supuesto de disolución previsto en el artículo 260.1.4º de la Ley de Sociedades Anónimas. En estos supuestos, el Consejo de Administración propondrá a la Junta de Accionistas de la Sociedad la adopción de las medidas necesarias para restablecer el equilibrio patrimonial.

A la financiación de las pérdidas proyectadas debe unirse la financiación del plan de inversiones previsto por la Sociedad (9.409 millones de pesetas). De acuerdo con su plan de negocio, la Sociedad prevé financiar las pérdidas de explotación que se espera acumular y el plan de inversiones previsto en primer lugar con los fondos obtenidos en la presente oferta de suscripción de acciones, y espera de este modo obtener los fondos necesarios para sus necesidades de financiación hasta el mes de enero de 2001. Las necesidades de financiación de la Sociedad a partir de esa fecha requerirán de financiación externa, bien mediante ampliaciones de capital o recurriendo al endeudamiento de la Sociedad.

En particular, inversiones adicionales para la adquisición de sociedades requerirán previsiblemente de financiación externa o de sucesivas ampliaciones de capital que podrían diluir la participación en el capital de los accionistas resultantes de la presente oferta pública. De este modo, pese a que el plan de negocio no asume necesidades de inversión para dichas adquisiciones más allá de las antes indicadas, la Sociedad podría verse obligada a realizar inversiones adicionales destinadas a la adquisición de empresas y establecimiento de alianzas a largo plazo, dentro de su política de liderazgo en el mercado de servicios a profesionales a través de Internet.

#### **7.2.3.5 Política de dividendos**

La Sociedad está en pérdidas, y no espera que el beneficio neto operativo anual sea positivo hasta el ejercicio 2003, por lo que no es previsible que pueda repartir dividendo alguno. La Sociedad no ha declarado ni pagado ningún dividendo hasta la fecha. En la actualidad, la Sociedad considera que los beneficios futuros, si los hubiera, deben reinvertirse en la Sociedad, para financiar sus operaciones. En consecuencia, no se prevé el pago de dividendo alguno en un futuro previsible.

#### **7.2.3.6 Política de amortizaciones**

No se prevén cambios en la política de amortización del inmovilizado inmaterial, material y de otros derechos que ha quedado descrita en el apartado 5.3 del Capítulo V del presente Folleto Informativo.

*Este Capítulo se refiere a previsiones, proyecciones, estimaciones o perspectivas susceptibles de ser realizadas o no. Aunque la información contenida en este Capítulo se corresponde con la mejor estimación del Consejo de Administración de la Sociedad sobre dichas proyecciones y perspectivas, las mismas se basan en hechos futuros e inciertos cuyo cumplimiento es imposible determinar en el momento actual. La Sociedad no se hace responsable de las posibles desviaciones que pudieran*

*producirse en los diferentes factores ajenos al control del Consejo de Administración de la Sociedad que influyen en la evolución futura de la Sociedad ni, por tanto, del cumplimiento de las perspectivas contenidas en este Capítulo.*