

Reducción de la deuda a cero y crecimiento de un 44%, hasta 435 millones

DESIGUAL La compañía catalana de moda Desigual creció un 44% el año pasado, hasta 435 millones de euros. Según su consejero delegado, Manel Adell, 2011 "será un año duro pero somos optimistas y creceremos más de un 20%", hasta 520 millones de euros. Adell explicó ayer que la compañía, controlada por su presidente, Thomas Meyer, y por Adell, nunca reparte más de un 5% de sus beneficios. El resto se reinvierte. En 2010, Desigual redujo su deuda a cero para adaptarse "a un entorno turbulento". Para este año, prevé invertir 60 millones de euros, igual que en 2010, y abrir alrededor de 80 tiendas propias en todo el mundo.

Compra millonaria de Terremark

VERIZON La operadora estadounidense ha anunciado la compra de Terremark por 1.400 millones de dólares (1.019,6 millones de euros), atraída por su negocio de *networking* y seguridad en almacenamiento. Verizon prevé ayudar así mejor a los clientes a migrar a soluciones de *cloud computing*.

Perforaciones en once países en 2011

REPSOL La compañía petrolquímica española tiene previsto realizar durante este año perforaciones exploratorias en once países, entre ellos Brasil, Estados Unidos, Cuba y Marruecos, según una presentación remitida por la petrolera a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

Inversiones en nuevas instalaciones en Reino Unido y México

IBERDROLA El grupo construirá a través de su filial Scottish Power una planta de ciclo combinado en Kent, en el sureste de Reino Unido, en la que invertirá 500 millones de libras (580 millones de euros). El proyecto consiste en el desarrollo de una planta con una potencia de 1.000 megavatios (MW) y acaba de obtener el visto bueno del Gobierno británico. Por otra parte, el presidente de Iberdrola, Ignacio Sánchez Galán, ha expresado al presidente de México, Felipe Calderón, durante el Foro Económico Mundial que se celebra en Davos (Suiza), la intención de la compañía de invertir 265 millones de euros en una planta de cogeneración y un parque eólico en México.

Tirón de orejas a Carrefour en China

INCIDENTE/ El Gobierno de Hu Jintao multa a la cadena francesa y a Wal-Mart por cobrar a sus clientes, en determinados establecimientos, precios más elevados de lo que marcaba la etiqueta al pasar por caja.

Raquel Villaecija. París

Aunque la cuantía de la multa (75.000 dólares) no supone una merma significativa en las cuentas de gigantes internacionales como Carrefour y Wal-Mart, sí ha puesto la cara colorada a las dos compañías.

China anunció ayer "severas sanciones" contra las dos cadenas de supermercados por haber mentido en sus precios en varias de las tiendas que tienen en el país asiático. Un tirón de orejas no muy oneroso, pero de los que duelen.

Detalle

La Comisión Nacional por el Desarrollo y la Reforma ha cazado a las dos compañías cobrando en caja precios más elevados que los que marcaban las etiquetas o los carteles de ofertas. El citado organismo chino inició la investigación después de que varios clientes afectados denunciaran el fraude.

En lo que respecta al casti-



En la imagen, un hipermercado de Carrefour en China.

go para el francés, el Gobierno chino anunció sanciones contra once de las tiendas que Carrefour tiene en ciudades como Shanghai, Kunming o Shenyang. La compañía gala pidió disculpas y tendrá que pagar cinco veces la diferencia entre el precio abonado y el fijado inicialmente. Por su parte, Wal-Mart, con tres

El grupo francés y Wal-Mart tendrán que pagar cinco veces la diferencia de precios

tiendas implicadas en la polémica, no hizo comentarios.

El organismo chino se ceba especialmente con la parte francesa y denuncia que, en algunos casos, "la diferencia de precio era bastante elevada". "Engañan a los clientes con falsas rebajas, anuncian precios bajos que luego se elevan en caja y publicitan carte-

Fergo Aisa renuncia a la compra de Bruesa y abre otras vías

M. Anglés. Barcelona

La constructora e inmobiliaria Fergo Aisa, con sede en Barcelona, ha roto las negociaciones de compra de la división de construcción del grupo vasco Bruesa.

Según fuentes cercanas a la operación, la abultada deuda de Bruesa ha echado atrás a Fergo Aisa, que se ha visto incapaz de digerir la adquisición.

El grupo catalán lleva meses negociando la adquisición de Bruesa, que negociaba con sus acreedores desde julio de 2010.

El proceso se frenó la semana pasada cuando un grupo de éstos instó al concurso, que fue admitido a trámite por el Juzgado Mercantil Número 1 de San Sebastián.

Fergo Aisa ha iniciado negociaciones con otras constructoras españolas de tamaño medio con la intención de aumentar sus licitaciones en el extranjero.

les que conducen a error", señala la agencia gubernamental en su página web, en la que insiste en la necesidad de "castigar severamente estas prácticas".

Presencia

Ambas compañías tienen una fuerte presencia en el país asiático. Carrefour opera con más de 160 hipermercados en suelo chino, mientras que la empresa norteamericana gestiona 200 establecimientos en todo el país.

El Gobierno de Hu Jintao se encarga de vigilar y reforzar los controles sobre los precios para luchar contra la inflación, que en noviembre se situó en el 5%. Además de la supervisión rutinaria, en las últimas semanas ha aumentado la vigilancia con motivo del comienzo la semana próxima de las fiestas del año nuevo lunar, un periodo de frenesí consumista en China que se espera haga aumentar el coste de los alimentos aún más.

Fira de Barcelona

The Brandery mima a los compradores extranjeros

EL SALÓN HA ORGANIZADO ENTREVISTAS CON LOS REPRESENTANTES DE GALERÍAS LAFAYETTE, JOHN LEWIS Y LA RENAISSANCE

Expansión. Barcelona

"Lo más importante de un salón es que los expositores encuentren a los mejores compradores", dijo ayer el director del salón de moda urbana The Brandery, Pere Camprubí. Por ello, Fira de Barcelona ha invitado a la ciudad a cientos de distribuidores y de representantes de grandes almacenes españoles y extranjeros. Entre ellos, se encuentran El Corte Inglés, los almacenes británicos John Lewis, las galerías parisinas Lafayette y las italianas La Renaissance.

Ayer, Fira de Barcelona organizó una jornada de entrevistas entre cada uno de los grandes almacenes con los expositores. "Las entrevistas duran cinco minutos y, de es-



The Brandery se celebra dos veces al año en Fira de Barcelona. /Elena Ramón.

ta forma, el expositor puede presentar su empresa y su producto de forma individual a todos los posibles compradores", explica Camprubí.

Fira de Barcelona dispone de un departamento de compradores que repite esta estrategia en todos los salones y que tiene un presupuesto es-

pécifico para "atraer, cuidar y mimar" a los compradores, dice el director del salón.

En la edición de invierno, The Brandery, que cierra hoy,

Globalización

● El objetivo de Fira de Barcelona es que las firmas expositoras encuentren compradores extranjeros que ayuden a su internacionalización.

● Ayer, se organizaron entrevistas personalizadas en las que las marcas de moda se reunieron a solas con todos los grandes almacenes y los grandes distribuidores durante cinco minutos.

ha contado con la participación de 147 expositores, un 11% menos que hace un año debido al descenso de las marcas españolas, más afectadas por la caí-

da del mercado interior. Fira de Barcelona intenta atraer el máximo número de compradores extranjeros, con el objetivo de ayudar a las marcas a su internacionalización.

Custo busca socio

El diseñador Custo Dalmau presentó ayer una nueva línea de moda que ha llamado *Custo Line* (el nombre de la marca en sus inicios) y que regresa a sus orígenes, con camisetas juveniles y económicas.

El diseñador explicó que la compañía está en negociaciones para incorporar un socio al grupo, que podría ser un distribuidor. En 2010, Custo creció un 8% y alcanzó una facturación de 83 millones. Planea aperturas en Londres y en Caracas para 2011.