

**SOUTHWEST AIRLINES****Un 8% de su flota se queda en tierra por posibles problemas**

■ La aerolínea estadounidense Southwest Airlines dejó ayer en tierra 41 de su flota de aviones del modelo *Boeing 737* sin dar explicaciones precisas de los motivos. Su portavoz, Ashley Rogers, se limitó a decir que los aviones que ha dejado en tierra, que representan un 8% de la flota total de la compañía, no tienen problemas estructurales, como señaló algún medio local. Rogers añadió que Southwest está recopilando información al respecto y la ofrecerá lo antes posible. La empresa recibió una multa de 10,2 millones de dólares (6,6 millones de euros) la semana pasada por parte de las autoridades de EEUU porque 46 de sus aviones habían volado sin realizar las inspecciones pertinentes del fuselaje.

**MEDIASET****No hay interés en Telecom Italia**

■ El vicepresidente de Mediaset, Piersilvio Berlusconi, descartó ayer la posibilidad de que el grupo entre en el accionariado de Telecom Italia, tal y como habían sugerido los medios italianos en los últimos días. La compañía, controlada por Silvio Berlusconi, ganó 506,8 millones de euros en 2007, casi la misma cifra que en 2006.

**PHILIPS****Desinversión en LG Display**

■ Philips ha ingresado 680 millones de euros con la venta de un tercio de la participación que le queda en la sociedad mixta que posee con la surcoreana LG Electronics en el negocio de pantallas planas. Tras la venta de títulos a inversores institucionales, Philip conserva el 13,2% de LG Display.

**PHILIP MORRIS INTERNATIONAL****La nueva compañía buscará oportunidades de compra**

■ Philip Morris International (PMI) buscará oportunidades de negocio para crecer, lanzará un plan de recorte de costes y elevará sus beneficios anuales a un ritmo de entre el 10 y el 12% después de que el grupo complete en las próximas semanas la segregación de su matriz: la división de tabaco de EEUU del grupo Altria. La presentación del plan estratégico de Philip Morris se produce en un momento en el que Altria, el mayor fabricante de tabaco del mundo con marcas como *Marlboro*, ha ofrecido a los inversores las primeras previsiones financieras de las compañías ya separadas. El pasado enero, Altria dijo que segregará PMI el 28 de marzo para separarla de su negocio tabaquero en EEUU.

**PRECIOS HOTELEROS****Barcelona y Madrid, en el 'top 30' de las ciudades más caras**

YOVANNA BLANCO, Madrid

Dormir en un hotel español es un 7% más caro que hace un año y el precio medio por habitación y noche es de 115 euros, según el Índice de Precios Hoteleros elaborado por Hotels.com. Barcelona y Madrid incrementaron sus precios un 11% y un 10% respectivamente, lo que les coloca entre las ciudades con mayor subida y entre las 30 más caras del mundo.

La tendencia al alza de los precios se mantiene en Canarias. La Playa de las Américas ha sido el lugar donde más se han incrementado las tarifas, con un 24%. Los hoteles más caros están a Adeje (Tenerife), San Sebastián y Sitges.

**Perfil del viajero**

En el gasto por persona, los españoles son los terceros del ranking europeo de derrochadores, con una media de 133 euros por noche, por detrás de británicos e irlandeses. Una tendencia que no se cumple si el viaje es nacional, en el que los turistas gastan 101 euros por noche, lo que sitúa a España en el vagón de cola en gasto turístico interno.

Barcelona es la ciudad con mayor número de reservas, seguida muy de cerca por Madrid.

EEUU es el continente con precios hoteleros más bajos y se sitúa como un destino un 15% más económico que Europa. Orlando es la ciudad más barata del mundo, con una media de 80 euros, mientras que los hoteles de Moscú son los más caros, con un precio medio de 283 euros.

**ALIMENTARIA ACOGE LA ASAMBLEA ANUAL DEL FORO DE MARCAS RENOMBRADAS****Los JJOO y la Expo 2010 reforzarán las marcas españolas en China**

Se pone en marcha un plan para aprovechar los dos acontecimientos que celebrará el país asiático. Contará con el apoyo del Icx, que invertirá 56 millones en promoción.

S. SABORIT, Barcelona

Intensificar la presencia de las marcas españolas en China. Éste fue el eje central de la reunión que mantuvo ayer en Barcelona el Foro de Marcas Renombradas Españolas coincidiendo con la celebración del Salón Alimentaria. La asociación, que reúne a las 85 enseñanzas líderes del mercado español con vocación exportadora, se apalancará en dos grandes acontecimientos para que sus socios crezcan en el país: los Juegos Olímpicos que este verano se celebrarán en Pekín y la Exposición Universal de Shanghai en 2010.

"China es la gran esperanza para la presencia española en el mundo", afirmó Josep Lluís Bonet, presidente de Alimentaria, de Freixenet y del Foro de Marcas. La entidad ha elaborado un plan hasta 2010 que contempla distintas acciones, como la creación de un comité de expertos, la celebración de seminarios y la edición de un libro y un DVD editado en castellano, inglés y chino para dar a conocer las marcas que ya cuentan con una fuerte implantación en el país.

**Un hueco**

Cola Cao, Zara, Simón, Torres, Mango, Adolfo Domínguez, Telefónica, Lladro, Fagor, Roca, Indra, Irizar y Técnicas Reunidas son algunos de los exponentes del *made in Spain* que ya han logrado hacerse un hueco en el país. También el Barça y el Real Madrid son enseñanzas reconocidas en China.

"Hay más presencia de marcas españolas en China de la que puede parecer, aunque estamos aún muy lejos de otros países", explicó Miguel Otero, director general del Foro. Entre otras de las iniciativas en las que trabaja, figura la creación de una red de amigos



Algunas de las marcas renombradas están presentes en el Salón Intervin de Alimentaria.

de las marcas españolas en el gigante asiático. "Debemos lograr que nuestras grandes enseñanzas estén presentes en acontecimientos como la Expo de Shanghai, que atraerá a varios millones de personas", apuntó.

En esta línea, el Foro de Marcas ya se ha puesto en contacto con Seei, la empresa encargada de construir el pa-

bellón de España en la Exposición Universal de 2010. El edificio, recubierto con mimbre, tendrá una superficie de 10.000 metros cuadrados que incluirá un bar de tapas y zonas para la celebración de encuentros empresariales.

El otro gran aliado para las marcas españolas en China será el Icx, que entre 2008 y 2010 invertirá 56 millones de

euros en realizar acciones promocionales en el país. Sólo este año, la entidad organizará 49 ferias sectoriales. Según el Icx, en China hay implantadas más de 250 empresas españolas, aunque desde España existen 1.300 compañías que exportan regularmente a ese mercado, con un alza de las ventas del 27% en 2007.

**'Jalmón', el salmón pata negra Nestlé quiere más ideas**

Uno de los *stands* que más ha despertado la curiosidad de los asistentes a Alimentaria 2008 ha sido el de Carpiet, empresa catalana de ahumados regentada por Carlos Piernas. Sus dos nuevos productos, el *jalmón* y el *botimón*, han supuesto un "gran impacto" por su originalidad, según explicó a EXPANSIÓN el propio Piernas, autor de ambas recetas. El *jalmón* no es ni más ni menos que salmón curado a la manera del jamón ibérico. Es decir, "secado durante tres o cuatro semanas con la temperatura controlada entre 16 y 17 grados y con una humedad del 60%"; señaló el empresario. El *botimón* es "tripa de cerdo rellena de salmón con forma de fuet o de butifarra". Según Piernas, el *jalmón* saldrá al mercado a finales de abril. "En el extranjero, ya hay mucha gente interesada en el proyecto; las perspectivas son fabulosas", aseguró. El precio de este salmón pata negra rondará los 70 euros por kilo, y se comercializará en tiendas especializadas y restaurantes, informa J. M. Lamet.

Nestlé España aprovechó ayer el certamen para hacer un balance de los diez primeros años del programa *Nestlé Innova*, destinado a fomentar la innovación entre los empleados de la compañía. En 1997, los nuevos productos aportaban el 5% de las ventas de Nestlé, cifra que la compañía se propuso duplicar con la activación del programa de generación de ideas. Diez años después, los nuevos lanzamientos generan el 12,5% de la cifra de negocio del grupo en España, que en 2007 facturó 1.952 millones de euros. La nueva directora de comunicación y servicios de marketing de la compañía, Silvia Escudé, explicó ayer que, en la última década, *Nestlé Innova* ha recibido 6.500 ideas, de las cuales se han materializado alrededor de mil, con una media de cien lanzamientos al año. Ahora, Nestlé quiere dar un paso más con la puesta en marcha de *Nestlé Innova+*, que dará también la opción de aportar ideas a las agencias de publicidad del grupo y a sus proveedores.

**PRIMER PEDIDO****Eozen firma un acuerdo de 15 millones para fabricar palas eólicas**

LIDIA VELASCO, Sevilla

Iberdrola Renovables se ha aliado con Eozen, el único fabricante andaluz de palas y aerogeneradores eólicos, para que le suministre la tecnología eólica necesaria para las torres.

El primer pedido de este contrato marco se compone de diez unidades, con una potencia de 1,5 megavatios (MW) cada uno. Aunque el importe de éstos no ha trascendido, según precios de mercado, podría ascender a unos 15 millones de euros.

Para la firma andaluza, el encargo es muy importante pues lleva sólo un año produciendo estos aparatos en su factoría ubicada en Granada. Según el presidente, Manuel Alguacil, "la operación supone un salto de extraordinaria calidad en nuestro proyecto industrial, ya que nos convierte en uno de los suministradores de Iberdrola".

**Estreno en España**

Éste es el segundo trabajo al que se enfrentará Eozen, tras el envío de doce aerogeneradores a la empresa india Nuziveedu Seed Limited para la construcción de un parque de 18 MW en Karnataka (sur del país).

Por su parte, Iberdrola Renovables, que recibirá su pedido a principios del año que viene, instalará estos modelos en futuros parques que construirá en Granada. En Andalucía, la eléctrica tiene comprometida una inversión de mil millones hasta 2010, el 11,6% del gasto contemplado en el plan estratégico.