

TRANSMEDITERRÁNEA

Estabilidad en el sector de transporte de pasajeros en Baleares

El presidente de Acciona Transmediterránea, Juan Sáez Elegido, explicó ayer que la temporada alta en las Islas Baleares ha mantenido los mismos niveles que en años anteriores, con un millón de pasajeros que han utilizado los buques de la naviera. Tras presentar en Palma el programa *Navega rumbo a Paradores con Acciona*, el ejecutivo aseguró que el mercado de pasajeros de la empresa se mantiene estable en las islas, y explicó que el sector de mercancías es el que más crece, por encima de los dos dígitos, aunque no hizo referencia a cifras concretas. Éste es el principal motivo de que la compañía esté construyendo, actualmente, cuatro buques de carga.

ENCE

Ampliación de capital del 3%

Corporación Financiera Ence acordó ayer una ampliación de capital, que supone un incremento del 3% respecto al número de acciones con que contaba previamente, según informó a la CNMV. El precio de emisión de las acciones será de 4,4 euros por título, con un nominal de 0,9 euros y una prima de 3,5 euros.

KRAFT FOODS/SAIMAZA

Lanzamiento de dos marcas de café con el certificado de Rainforest

La multinacional de alimentación Kraft Foods ha lanzado al mercado español dos variedades de su marca de café *Saimaza*, que cuentan con el certificado de Rainforest Alliance para garantizar que en las plantaciones se han respetado los derechos de los trabajadores y la conservación medioambiental. Estas marcas de café sostenible salen al mercado con la denominación *Saimaza Colombia Desarrollo Sostenible* y *Saimaza Brasil Desarrollo Sostenible*. Según el responsable de Comunicación de Kraft Foods en España, Ricardo Hernández, "esta estrategia forma parte del compromiso social de la compañía que, desde 2003 colabora con la ONG Rainforest para comercializar sus productos".

RANDSTAD ESPAÑA

El beneficio creció un 20%

Randstad España, filial del grupo holandés especializado en recursos humanos, registró un beneficio bruto de 24,3 millones de euros en el tercer trimestre, con un aumento del 20% respecto al mismo periodo de 2006. La cifra de ventas de Randstad España alcanzó los 134,9 millones de euros, un 7% más.

AUDITORÍA

LOS DOS GIGANTES POTENCIAN SU CRECIMIENTO EN EL CONTINENTE ASIÁTICO

Deloitte y PwC echan un pulso

Los resultados globales de las principales multinacionales del sector siguen situando a Price en el primer puesto del ranking mundial, aunque su rival crece cinco puntos más.

L. JUNCO, Madrid

Es una rivalidad tradicional como la de Google y Yahoo! o Microsoft y Apple. La batalla por liderar el sector de la auditoría en el mundo se disputa únicamente entre dos grandes: PricewaterhouseCoopers (PwC) y Deloitte. Aunque esta última es heredera de Arthur Andersen, que, antes de *Eron*, el escándalo financiero que supuso su desaparición, lideraba el mercado de la revisión de cuentas, la firma que preside James Quigley se mantiene en segunda posición mundial, aunque mantiene un crecimiento superior al de su eterno rival.

Ambas multinacionales han publicado recientemente sus resultados globales correspondientes al ejercicio entre junio de 2006 y 2007, y parece que el tradicional negocio de auditoría pierde peso en favor del asesoramiento financiero en fusiones y adquisiciones.

Cifras

El pasado ejercicio, PwC obtuvo unos ingresos de 25.150 millones de dólares (17.246 millones de euros), un 10,5% más respecto al año anterior. Por su parte, Deloitte, alcanzó los 23.200 millones de dólares (16.209 millones de euros), un 15,5% más. Parece que Deloitte aprovecha el tirón de la consultoría en PwC (este área creció un 14,6%) mientras se consolida en la revisión de cuentas, donde sus ingresos se incrementaron un 13,1%, hasta 11.000 millones; frente al crecimiento del 6,7% en PwC, que superó los 12.000 millones. Según la firma que preside Sam di

Duelo entre dos líderes

En millones de dólares

	PwC	Deloitte
■ Áreas		
Auditoría	13.112	11.000
Consultoría	5.745	7.100
Asesoría fiscal y legal	6.293	5.000
■ Regiones		
América	9.607	11.500
Europa, Oriente Medio y Asia	11.965	9.200
Asia-Pacífico	3.578	2.500
Total	25.150	23.200

Piazza, este moderado incremento responde a la madurez de las normas internacionales de información financiera y a la Ley Sarbanes Oxley, que entró en vigor en 2002 y que, entonces, representó una importante fuente de ingresos para todas las firmas en EEUU.

Asia ha sido el motor de crecimiento de las líderes de las *Big Four* (PwC, Deloitte, KPMG y Ernst & Young), que mantendrán sus multimillonarias inversiones en China e

India. No obstante, PwC sigue dominando la revisión de cuentas de las empresas cotizadas del continente asiático, donde, en 2007, facturó 3.578 millones de dólares, mientras que la facturación de Deloitte en la zona se situó en 2.460 millones.

El incremento que han manifestado ambas compañías en el Pacífico se sitúa cerca del 20%, una tendencia que se espera que se mantenga durante el próximo ejercicio.

A pesar de que es el líder de la auditoría nacional, Deloitte (que en 2006 facturó 290 millones de euros en España), también ocupa la medalla de plata en Europa, Oriente Medio y África, donde facturó cerca de un millón de dólares menos que PwC.

A falta de que se publiquen los datos correspondientes al presente ejercicio, KPMG facturó 18.400 millones de dólares en 2006 y Ernst & Young obtuvo una cifra de negocio de 16.900 millones.

El miedo a la nueva transparencia

Según Albert Folia, presidente del Instituto de Censores de Cataluña y máximo responsable del Arco Mediterráneo de Auditores (AMA), los nuevos requisitos que propone la Comisión Europea para la simplificación del entorno empresarial en los ámbitos del Derecho de sociedades, la contabilidad y la auditoría, destinados a suavizar la carga administrativa de las empresas, excluirían de la publicidad de sus cuentas anuales a más de un millón de las sociedades españolas. "Las menores exigencias de información reducirían el número de sociedades auditadas de 44.000 a 33.000 sociedades por año, un 25%", explica Folia. "Al disminuir la calidad de la información contable,

el pretendido ahorro de costes perjudicaría la eficacia y la transparencia de las empresas". Actualmente, en España, todas las compañías deben presentar sus cuentas al Registro Mercantil. En 2006, lo hicieron 1.085.000 empresas. Sin embargo, según la propuesta comunitaria, solo deberían presentar sus resultados al registro público aquellas que auditen sus cuentas, lo que excluiría de esta obligación a un importante número de compañías. Según explica el presidente de AMA, "la banca europea también ha presentado sus alegaciones a esta propuesta, ya que el mercado financiero no puede existir sin la información pública".



Carolyn Wincer, de Virgin Galactic, y Ana Bru, de Bru&Bru. / Elena Ramón

COMENZARÁN EN 2009

Bru&Bru venderá los vuelos al espacio de Virgin Galactic

C.FONTGIVELL, Barcelona

La agencia de viajes Bru&Bru, con sede en Barcelona, comercializará en España los vuelos turísticos suborbitales de la compañía estadounidense Virgin Galactic. Si se cumplen las previsiones, comenzarán en el primer semestre de 2009 y, en Europa, se ofrecerán en nueve países, por 141.000 euros.

En España, ya hay seis pasajeros con reserva. Entre ellos, están Xavier Gabriel, propietario del establecimiento de lotería La Bruixa d'Or, de Sort (Lleida), y la directora de Bru&Bru, Ana Bru.

Virgin ha invertido 50 millones de dólares (35,12 millones de euros) en el proyecto, que incluye la construcción de cuatro naves con capacidad para ocho personas, dos naves nodriza y una terminal en Nuevo México (EEUU), diseñada por el arquitecto británico Norman Foster.

Dos horas

Según la directora comercial de Virgin Galactic, Carolyn Wincer, el viaje durará dos horas y media e incluirá cuatro minutos en el espacio con gravedad cero. Una vez hecha la reserva, se comunicará la fecha del

vuelo con una antelación de tres meses. Tres días antes, se trasladará a los pasajeros a un hotel de Virgin para realizar las pruebas previas. El vuelo tendrá capacidad para seis pasajeros y dos pilotos, y pese a que al principio sólo se hará uno por semana, Virgin espera alcanzar la frecuencia diaria.

Bru&Bru es cliente del grupo Virgin y varios de sus paquetes de viajes incluyen vuelos con la compañía estadounidense. Según su

Virgin ha invertido cincuenta millones de dólares en el diseño de seis naves y una terminal

directora, Ana Bru, la compañía se especializa en viajes exclusivos. "Nuestro objetivo es llegar donde nadie más llega y, con esta oportunidad, lo cumplimos al 100%", explica Bru, que no quiere dar detalles económicos sobre el acuerdo con Virgin, asegura que los viajes suborbitales plantean un nuevo abanico de posibilidades para reducir de forma importante la duración de los vuelos intercontinentales.