



# Expansión

© Unidad Editorial, Información Económica SLU, Madrid 2011. Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser -ni en todo ni en parte- reproducida, distribuida, comunicada públicamente ni utilizada o registrada a través de ningún tipo de soporte o mecanismo, ni modificada o almacenada sin la previa autorización escrita de la sociedad editora. Conforme a lo dispuesto en el artículo 32 de la Ley de Propiedad Intelectual, "queda expresamente prohibida la reproducción de los contenidos de esta publicación con fines comerciales a través de recopilaciones de artículos periodísticos".



Eduardo Martínez Abascal

## ¿Debilidad del euro?

La semana pasada volvieron a surgir las dudas sobre Grecia: si necesitará más ayuda (otros 30 millardos de euros), o si tendrá que extender el vencimiento de su deuda; si se sale del euro (negado rotundamente por el Gobierno griego), si necesitará dos años más de lo previsto para rebajar el déficit público hasta el 3%, etc.. Una vez más, los problemas de unos se extienden a todos: Portugal, Irlanda, ¿España?, periféricos en general y todo acaba en dudas sobre la pervivencia del euro.

Una vez más, hemos visto titulares en prensa y afirmaciones de mandatarios sobre la "debilidad del euro", "ataques al euro", "salir en defensa del euro", etc. Parece que sigue existiendo preocupación sobre el euro y la verdad es que no lo entiendo. Veamos los datos.

La realidad es que el euro cotiza en torno a 1,45 dólares por euro y eso es mucho. Bajó un 3% la semana pasada, pero eso no es nada. El euro ha estado subiendo desde el año 2000, en que cotizaba a 0,80 dólares por euro, hasta 2008, en que llegó a cotizar a 1,60 dólares. Es decir, duplicó su valor en ocho años. ¿Tiene sentido que el euro duplique su valor en esos años? ¿Es que la economía europea es dos veces más potente que la de Estados Unidos? ¿Ha crecido el doble en esos años? La respuesta es no.

Europa es netamente exportadora (exporta más que importa) y esto es clave para su desarrollo económico. Por tanto, no nos interesa en absoluto un euro fuerte, pues eso significa que nuestros productos son caros en el exterior y es difícil venderlos fuera. Y al revés, un euro caro hace que todo lo que se compra fuera sea muy barato, por lo que importamos mucho y deprimimos el PIB (las importaciones restan al PIB). España salió de la anterior crisis (de 1993) en buena parte gracias a la exportación. Pasamos de un déficit comercial del 3% en el año 92 a un superávit del 1% en 1997. Ganamos cuatro puntos de crecimiento, ¡una barbaridad! En ese mismo tiempo, la peseta pasó de 100 pesetas por dólar a 155. En términos de euros, el euro cotizaba a 1,65 dólares en 1992, cuando importábamos mucho y nos sentíamos ricos. En 1997 cotizaba a 1,10 dólares, cuando no nos creíamos ricos, pero lo éramos más que antes, gracias a la bajada del euro y a las mayores exportaciones.

En definitiva, el euro no está débil, al contrario. Y ojalá bajara, que nos vendría muy bien para vender fuera lo que no vendemos dentro.

Profesor del IESE

EL GIGANTE FRANCÉS SE ADENTRA EN UN SECTOR EN CRECIMIENTO CON LA COMPRA DE OLE HENRIKSEN Y EL 70% EN LA BRITÁNICA NUDE SKINCARE. AMBAS CRECERÁN DE LA MANO DE SEPHORA.

## LVMH compra dos firmas y entra en cosmética natural

Expansión. Madrid

LVMH, el conglomerado de Bernard Arnault, acaba de desembarcar en el negocio de cosmética natural con la adquisición de la enseña danesa-americana Ole Henriksen y una participación del 70% de la firma de culto británica Nude. El importe de estas operaciones, que se anunciaron el pasado mes de febrero, no ha sido desvelado.

La cosmética natural, a base de ingredientes ecológicos, está en auge. En 2010, un estudio de Kline & Co sobre cosmética natural situó el valor de este mercado en 23.000 millones de dólares (18.113 millones de euros), con un crecimiento anual del 15%. En esta categoría también están invirtiendo los grandes grupos de cosmética como L'Oréal, Estée Lauder o Clarins.

### Desarrollo

Ambas marcas contribuirán al crecimiento de la perfumería y cosmética de LVMH, división que, en 2010, alcanzó unos ingresos de 3.076 millones de euros, el equivalente al 15% de la facturación global del grupo, y que cuenta con enseñas de perfumería, maquillaje y cuidado de la piel como Christian Dior, Guerlain, Givenchy y Kenzo.

El líder mundial del lujo tiene además la cadena de cos-



Bono, el cantante de U2, con su mujer, Ali Hewson, cofundadora de Nude, marca en la que acaba de entrar LVMH con una participación del 70%.

### Ole Henriksen cuenta con clientes como Elton John, Barbra Streisand, David Bowie o Cher

mética Sephora, cuyas tiendas aprovechará para desarrollar ambas enseñas. Nude ya se comercializaba en sus tiendas, mientras que "Ole Henriksen se beneficiará de la estrecha colaboración con Sephora, que acelerará su expansión mundial", explicó Antonio Belloni, el director operativo de LVMH, a *CNBC Magazine*.

### Enseñas con ADN

Ole Henriksen fundó la firma que lleva su nombre hace más de 35 años y, en la actualidad, se ha convertido en una marca comercializada en 22 países y

con un rápido crecimiento en los últimos años. Entre los clientes de Ole Henriksen, se encuentran Elton John, Barbra Streisand, David Bowie o Cher. LVMH mantendrá al fundador en el equipo directivo.

Nude es una enseña fundada por Bryan Meehan y Ali Hewson, la esposa del líder de U2, Bono. Hasta la fecha, la firma se comercializa en Reino Unido, Estados Unidos, Irlanda, Canadá, Australia y Nueva Zelanda. LVMH invirtió en el pasado en la firma de ropa étnica fundada por Bono y su mujer.

Nuevos AVE directos entre Madrid y Barcelona con llegada antes de las 9 de la mañana

**renfe**

902 320 320 [www.renfe.com](http://www.renfe.com)

EL TIEMPO ESPAÑA				EUROPA				MUNDO							
MÁXIMA	MÍNIMA			Ciudad	Máx.	Mín.	Condiciones	Ciudad	Máx.	Mín.	Condiciones	Ciudad	Máx.	Mín.	Condiciones
30	12			A Coruña	22	13	Nuboso	Sevilla	30	18	Nuboso	Ámsterdam	20	11	Lluvioso
				Barcelona	22	16	Nuboso	Tenerife	25	19	Despejado	Berlín	25	11	Nuboso
				Bilbao	22	16	Despejado	Toledo	28	14	Despejado	Bruselas	23	12	Nuboso
				Madrid	25	13	Nuboso	Valencia	24	15	Despejado	Estocolmo	24	9	Despejado
				Málaga	23	16	Despejado	Valladolid	29	12	Nuboso	Ginebra	25	14	Nuboso
				P. Mallorca	25	13	Despejado	Zaragoza	28	14	Despejado	Lisboa	28	15	Despejado
												Londres	20	9	Despejado
												Moscú	19	9	Despejado
												Praga	23	8	Despejado
												Roma	25	12	Despejado
												Viena	24	7	Despejado
												Zurich	25	11	Nuboso
												Buenos Aires	20	9	Despejado
												México	29	15	Despejado
												Miami	29	24	Despejado
												Nueva York	19	11	Nuboso
												Rabat	31	18	Nuboso
												Tokio	27	16	Lluvioso

DEL 12 AL 15 DE MAYO PULAGOLF

IBERDROLA OPEN

Cala Millor, BonDinar, Mercedes-Benz, PULA, MATCH GOLF, EUROPEAN TOUR, OFFICIAL TEAM, PRIZE