

## Empresas &amp; Finanzas

# Enel y Endesa modernizan su marca para mostrarse más cercanas al cliente

El diseño, presentado ayer en Madrid para todo el grupo, es de Wolff Olins

R. E. M. MADRID.

Enel ha dado un paso adelante para unificar su marca en el mundo y renovar su imagen para adaptarse a los nuevos tiempos. Para ello, la eléctrica ha aprovechado su convención anual de directivos y ha presentado en Madrid su nueva imagen. La compañía ha modernizado la tipografía de su logotipo, al tiempo que ha eliminado tanto el árbol que se incluía en el logotipo de la italiana así como la chispa de la española. De este modo, al nuevo diseño de Enel se suman el de Endesa y Enel Green Power, que se mantienen también como marcas reconocibles dentro del grupo.

En el núcleo de la nueva expresión de Enel se encuentra el cursor, un símbolo icónico que representa el concepto Open Power.

“El cursor es el punto de partida de la energía; está en constante movimiento, siempre enérgico, reflejando el filamento, el verdadero núcleo de la bombilla. El cursor muestra la apariencia y el sentimiento de la nueva marca Enel, y crea un lenguaje de diseño consecuente, desde su logotipo y sus aplicaciones impresas y digitales, hasta los productos y rótulos” explica la empresa.

El nuevo logotipo de Enel es una marca moderna y distintiva. Su silueta se ha dibujado a través del movimiento de los cursores y cada letra representa un cursor, seguido de una estela de energía llena de color. Su exclusiva tipografía se ha utilizado en todas las marcas del Grupo, Enel, Enel Green Power y Endesa; ayudando a crear una familia de marcas sólida y coherente. Se han utilizado ocho colores para el logotipo de Enel, así como distintos degradados de color que representan la energía y el movimiento continuo.



Borja Prado, presidente de Endesa, y José Bogas, consejero delegado, durante la presentación de la nueva imagen. F. VILLAR

**1,78**  
EUROS

Enel cerrará este viernes, 29 de enero, el periodo de 15 días naturales concedido a los accionistas minoritarios de la filial de renovables Enel Green Power para que, si lo desean, ejerciten el derecho de venta a la matriz de sus acciones mediante un canje por acciones de Enel o el cobro de 1,78 euros por acción. La compañía italiana abrió este plazo tras inscribir en el Registro Mercantil de Roma los acuerdos de las juntas.

El consejero delegado de Enel, Francesco Starace, subrayó que con este reposicionamiento está “armonizando su imagen corporativa con los cambios que se están produciendo tanto dentro de la empresa como en la evolución progresiva que está llevando a cabo en el mercado energético”

## Diseño de Wolff Olins

La formulación de la estrategia Open Power y el diseño y desarrollo de la nueva marca, son el resultado de una intensa colaboración de un año de duración con el socio creativo principal, Wolff Olins.

“Estamos muy orgullosos de ser *partner* de Enel en este proyecto a través del cual el grupo está subrayando la actual transformación de

la compañía y del mercado energético, que está en rápida evolución”, afirma Ije Nwokorie, consejero delegado de Wolff Olins. “Las innovaciones de Enel, así como su transparencia en el desarrollo de sus negocios, cambiarán el mercado internacional de la energía, y por lo tanto, nuestro mundo”.

El presidente de Endesa, Borja Prado, ha señalado que el cambio “responde a la necesidad de trasladar a los clientes la nueva realidad en la que estamos inmersos. Una nueva realidad en la que la aparición de nuevos actores y el incremento de la competencia nos obligan a ser cada día más eficientes en la producción, la distribución y la comercialización de la energía eléctrica”.

## Apple bate previsiones, pero las ventas decepcionan

M.E. MADRID.

El gigante tecnológico presentó ayer al cierre de Wall Street sus cuentas correspondientes al primer trimestre de su ejercicio fiscal, tradicionalmente su mejor periodo ya que incluye todas las ventas producidas durante la época de navidad. Sin embargo, la compañía que dirige Tim Cook superó ligeramente las expectativas del mercado con sus beneficios por decimotercer trimestre consecutivo, pero se confirmó la desaceleración de las ventas de iPhone. Así, Apple registró un beneficio en su primer trimestre fiscal de 18.400 millones de dólares o 3,28 dólares por acción frente a los 3,22 previstos, mientras que sus ingresos alcanzaron los 75.900 millones de dólares frente a los 76.520 millones que esperaba el mercado. Desde comienzo de año, los títulos de Apple se han dejado un 5,41 por ciento en bolsa. La caída supera el 25 por ciento respecto a sus máximos históricos en bolsa, alcanzado el 23 de febrero de hace un año, cuando conquistó los 133 dólares por acción. Con todo, el consenso de mercado de *Bloomberg* le otorga un potencial alcista del 41,4 por ciento.

## Las consultoras inmobiliarias crean 1.000 empleos en dos años

A. Brualla MADRID.

Las firmas de consultoría inmobiliaria aumentarán un 10 por ciento sus plantillas durante este año, lo que significa que crearán alrededor de 300 empleos, según datos de la Asociación de Consultoras Inmobiliarias (ACI). La Asociación, que agrupa las siete principales compañías del sector (JLL, Aguirre Newman, BNP Paribas Real Estate, CBRE, Cushman & Wakefield, Knight Frank, y Savills), asegura que estas cifras reflejan no solo la paulatina recuperación del sector, sino que también demuestran el creciente protagonismo de las consultoras en el desarrollo de la economía doméstica, que el año pasado ya contrataron a 800 personas. Concretamente, estas compañías emplean actualmente a más de 2.200 trabajadores y en 2016 prevén que esta cifra supere los 2.500 empleos. “Este crecimiento constituye otro signo más de la estabilización del sector inmobiliario”, explican.

# Bimbo cierra la fábrica de Palma de Mallorca

Concentra producción y despedirá a 34 trabajadores

J. Romera / I. Gutiérrez

MADRID / BARCELONA.

Bimbo cerrará su fábrica de Palma de Mallorca y tiene previsto presentar un Expediente de Regulación de Empleo (ERE) que afecta-

rá a 34 trabajadores. Según señaló ayer la secretaria de empleo de CCOO en Baleares, Silvia Montejano, en los próximos días comenzarán las negociaciones entre los sindicatos y los representantes del grupo a fin de encontrar la mejor solución posible para los trabajadores afectados por la decisión de la multinacional mexicana.

Montejano ha indicado que con esta operación la empresa trasladará la producción de Palma a otra

de las plantas que mantiene en España, aunque se dejaría en la capital balear la base logística de distribución.

Bimbo tiene raíz española, ya que fue la familia de origen catalán Servitje quien instaló su primera fábrica en Ciudad de México. Desde 1978 hasta 2011, Bimbo Iberia pasó de ser una filial a una compañía independiente propiedad de varias multinacionales, como Sara Lee. Hace cinco años, Bimbo Iberia volvió a

manos de los Servitje al ser adquirida por Bimbo Mexico y desde entonces, han tenido diversos problemas con los sindicatos. En España, hay dos tipos de fábricas, las que pertenecen al grupo, sin convenio colectivo; y las que aún están vinculadas a Bimbo Iberia que si tienen, como es el caso de Palma de Mallorca. El objetivo de la matriz mexicana es desmantelar aquellas factorías que heredaron las condiciones de Bimbo Iberia.