

# THE WALL STREET JOURNAL AMERICAS.®

© 2008 Dow Jones & Company, Inc. Reservados todos los derechos.

**DOWJONES**  
UNA EMPRESA DE NEWS CORPORATION

LUNES, 14 DE JULIO DE 2008

WSJ.com/americas

## What's News—

**L**as bolsas de México y Colombia están negociando un acuerdo para que las acciones de empresas de los dos países coticen en ambos mercados a partir de 2009, dijo el presidente de la Bolsa Mexicana de Valores Guillermo Prieto. El operador mexicano está negociando acuerdos similares con las bolsas de Lima y São Paulo.

■ **BBVA** prepara un proyecto de expansión en el sur de EE.UU. resultante de su adquisición, el año pasado, del banco regional Compass. El banco español planea renombrar sus 650 sucursales en la región a BBVA Compass e invertir US\$30 millones en el proyecto.

■ **Hugo Chávez**, presidente de Venezuela, anunció que Guatemala se unirá a su pacto de suministro de petróleo Petrocaribe. El gobierno guatemalteco formalizó su entrada al acuerdo, el cual provee más de 200.000 barriles al día a 17 países a precios reducidos y pagos diferidos, durante la cumbre del grupo en Maracaibo.

■ **Bombardier**, fabricante canadiense de aviones y trenes, anunció que empezará a producir una nueva aeronave regional CSeries, con hasta 130 asientos, después que la aerolínea Lufthansa demostrara interés en adquirir hasta 60 aviones, una orden valorada en unos US\$2.800 millones.

■ **Casino**, cadena francesa de supermercados, informó que sus ventas en el segundo trimestre subieron 15% frente al mismo lapso de 2007, a US\$11.700 millones, impulsadas por los buenos resultados de sus filiales Super de Boer, de Holanda, y la colombiana Almacenes Éxito.

## El rey del diamante quiere pulir su imagen

El líder de De Beers habla de cómo ha cambiado la empresa para reducir las imperfecciones

POR VANESSA O'CONNELL

**C**UANDO GARETH PENNY se convirtió en el presidente ejecutivo de De Beers Group, en 2006, el mayor productor de diamantes del mundo estaba hundido en una de las peores crisis en sus 120 años de historia.

La película de 2006 *El diamante de sangre* y el disco del rapero Kanye West *Diamonds from*

### PALABRA DE JEFE

*Sierra Leone* en 2005 desataron una ola de publicidad negativa en

países como Estados Unidos contra la compra de "diamantes de conflicto", los cuales fueron vendidos en los años 90 por rebeldes africanos para ayudar a financiar sus guerras. De Beers ya había trabajado con Naciones Unidas, los gobiernos de la región y grupos de derechos humanos para crear el Proceso Kimberley, un programa voluntario de certificación para diamantes en bruto que permite que se rastree el origen de las gemas. Sin embargo, la compañía siguió sufriendo el rechazo de los consumidores.

En su país de origen, Sudáfrica, De Beers fue criticada por no hacer lo suficiente para alentar la participación de la población negra, tanto en el corte de diamantes como en su propia cúpula directiva. Además, después de años de enfrentarse con los reguladores antimonopolio en EE.UU. y Europa, trataba de llegar a acuerdos extrajudiciales sobre demandas que alegaban que sus prácticas monopolísticas habían mantenido el precio de los diamantes en bruto artificialmente alto.

Hoy, De Beers está "en transición", dice Penny, de 45 años. La compañía, cuyas ventas cayeron 3% el año pasado a US\$6.840 millones, tiene un nuevo modelo de negocios y está tratando de pu-

lir su imagen. Penny se presenta ahora como un embajador no oficial de África que puede ayudar a atraer negocios y empleos al continente. A continuación, algunos apartes de la conversación que mantuvo THE WALL STREET JOURNAL con él:

**The Wall Street Journal:** Cuando asumió el cargo, De Beers enfrentaba varias crisis ¿Cuáles ha resuelto? ¿Qué queda por hacer?

**Gareth Penny:** A lo largo de los últimos seis o siete años, hemos transformado radicalmente nuestro negocio, saliendo de los contratos con terceros y dejando de tratar de controlar el suministro. Nuestra participación de mercado todavía es significativa, pero es de 40% del sector de diamantes, en vez de 80% o 90%. Ahora es un negocio muy competitivo. Nos enfrentamos cara a cara con todas las grandes mineras en cualquier lugar en el que estamos y en el mercado minorista con los Cartiers, Tiffanys y Bulgaris.

Con respecto a los diamantes de conflicto, De Beers ha trabajado con muchos gobiernos de todo el mundo para establecer el Proceso Kimberley, el que ha sido muy exitoso para reducir el número de diamantes usados para financiar conflictos. Actualmente, 100% de los diamantes de De Beers no tiene nada que ver con una guerra.

También hemos completado un gran acuerdo para que un 26% de nuestra empresa sudafricana quede en manos de un vehículo de inversión de la comunidad negra. Tenemos sociedades igualitarias con Botsuana y Namibia. Y estamos buscando formas de crear oportunidades para negocios emergentes en África.



del 40% y el gobierno de Botsuana, del 15%).

**WSJ:** No han habido descubrimientos significativos de minas de diamantes desde 1990. ¿Significa eso que los precios se van a disparar?

**Penny:** Encontrar minas de diamantes no es fácil. Gastamos US\$100 millones al año buscando minas de diamantes en todo el mundo. Si tenemos éxito, tal vez hagamos un descubrimiento importante en 10 años. Así que está apareciendo una brecha entre la oferta y la demanda. La demanda es alimentada tanto por los mercados existentes como por

los nuevos mercados emergentes, en particular India y China. Así que estamos viendo —y los vamos a ver más— aumentos de precios. Yo no diría que los precios se están disparando, pero creo que aumentarán de modo sistemático y sostenido. Nuestros precios subieron 8,4% en la primera parte del año, y desde entonces han subido más.

**WSJ:** ¿Cuáles son sus planes para el negocio de ventas al por menor de De Beers?

**Penny:** Bueno, eso está en fase inicial. Pero se está expandiendo rápidamente. Para fines de año ya deberíamos tener unas 50 tiendas, algo que nos sitúa seguramente entre los cinco mayores vendedores de joyas en el mundo. Tendremos que ver cómo acaba el año, pero estoy contento con los resultados de momento.

Anualmente, estamos invirtiendo cerca de US\$4.600 millones con nuestros socios en las economías africanas.

Además, un juez aceptó recientemente el acuerdo (por US\$295 millones) alcanzado para poner fin a una demanda colectiva en EE.UU. Me alegra decir que hemos conseguido avances significativos.

**WSJ:** ¿Cuál es la evidencia de ese progreso?

**Penny:** Los países involucrados con los diamantes de conflicto, Liberia, Sierra Leona y otros, están en paz. Se calcula que un 99,8% de todos los diamantes del mundo fluye a través del proceso Kimberley, lo cual es extraordinario.

Si observa la contribución que la industria de los diamantes aporta a un país como Botsuana, el 33% del Producto Interno Bruto proviene de los diamantes y de las minas que De Beers opera con sus socios. Y casi dos tercios de los ingresos de las divisas se generan en el negocio de los diamantes. Creo que todo esto denota la contribución que hacemos. (Anglo American PLC es propietaria del 45% de De Beers, la familia Oppenheimer

**WSJ AMERICAS**  
.COM

**Vea en nuestro sitio web** un video en el que Gareth Penny, presidente ejecutivo de De Beers, explica los detalles de su estrategia para recuperar la imagen del gigante de diamantes (en inglés).

**Encuentre el video en** [wsj.com/americas](http://wsj.com/americas)