

EMPRESAS

El beneficio supera las previsiones por el aumento del número de abonados

VERIZON La segunda operadora de Estados Unidos ha batido la previsión de resultados del tercer trimestre gracias al aumento de su número de abonados en sus servicios de telefonía móvil y a los despidos que ha llevado a cabo. El beneficio trimestral de Verizon sin extraordinarios fue de 60 centavos por acción, un centavo por encima de lo esperado por los analistas consultados por *Bloomberg*. Las ganancias fueron de 1.176 millones de dólares (784 millones de euros) en el tercer trimestre del año, un 29,5% menos respecto al mismo periodo de 2008. La facturación del tercer trimestre aumentó un 10,1%, hasta los 27.265 millones de dólares.

Las ganancias bajan un 52,1%

MERCK KG La farmacéutica alemana Merck KGaA bajó un 52,1% el beneficio neto en los nueve primeros meses del año, hasta 309,5 millones de euros (464 millones de dólares). La cifra de negocio alcanzó los 5.699 millones de euros, un 0,8% más. El grupo detecta una mejoría en el tercer trimestre.

El resultado se duplica con creces por el aumento de precios y los menores costes

ELECTROLUX El fabricante sueco de electrodomésticos ganó 1.943 millones de coronas suecas (191 millones de euros) hasta septiembre, un 131% más que en el mismo periodo del año pasado. El aumento en los precios de los productos, los bajos costes de las materias primas y la reducción de gastos tras la introducción de medidas de eficiencia explican el tirón del resultado. El beneficio neto de explotación (ebit) del grupo, que la semana pasada anunció el cierre de su fábrica en Alcalá de Henares, que da empleo a 450 trabajadores, subió un 93%, hasta 2.956 millones de coronas; y la facturación fue de 80.917 millones (7.956 millones de euros), un 6,3% más.

Frykhammar, nuevo financiero

ERICSSON El nuevo consejero delegado de la compañía sueca de telecomunicaciones, Hans Vestberg, ha designado a Jan Frykhammar como su sustituto al frente del departamento financiero del grupo a partir del próximo 1 de noviembre. Frykhammar, de 44 años, se incorporó a Ericsson en 1991.

EXPOPYME CALIENTA MOTORES

“Las pymes que exportan aguantan mejor la crisis”

ENTREVISTA ÁNGEL MARTÍN ACEBES vicepresidente del Icxex/ “Las empresas que quieren salir por primera vez al exterior deben apostar por mercados próximos”.

R.G.Pico, Madrid

El vicepresidente ejecutivo del Instituto Español de Comercio Exterior (Icxex), Ángel Martín Acebes, asegura que las pequeñas y medianas empresas (pymes) “jugarán un papel muy importante en la salida de la crisis”, ya que la estructura es “más sólida” que la que había en recesión de 1993. En este contexto, destaca la importancia de Expopyme (en la que el Icxex participa por segundo año consecutivo) como elemento de “dinamización, motivación y de apoyo” a estas compañías, que, a su juicio, “han de primar el capital humano para salir al exterior”.

¿Cuáles son los principales objetivos del Icxex en relación con la pequeña y mediana empresa?

Ellas son nuestros clientes. Llevamos más de 25 años apoyándolas para que salgan al exterior, exporten y se internacionalicen. Por lo tanto, nuestro trabajo es, precisamente, acompañarlas en su aventura en el exterior.

¿Qué papel van a jugar en la salida de la crisis?

Un papel muy importante. España siempre ha salido de las crisis gracias al sector exterior y en la salida de la crisis actual el sector exterior va a ser uno de los motores, gracias a que las pymes, que son la estructura productiva básica, van a animarse a salir fuera. En la última crisis, la de 1993, España tenía 20.000 empresas que exportaban. Hoy, hay 40.000. Tenemos una estructura de pymes mucho más sólida que la que teníamos en 1993.

¿Hacia dónde deben dirigir los esfuerzos en el exterior? ¿Hacia qué mercados? ¿Y qué productos?

Vemos que hay muchas oportunidades, en especial en 11 mercados que hemos selec-



Ángel Martín Acebes, vicepresidente del Icxex. / Rafa Martín

cionado como prioritarios. Dentro de ellos, juegan un papel muy importante las economías de países emergentes, que están ya saliendo de la crisis, como China, India o Brasil. Pero esto no quiere decir que no haya mercado en Europa y EEUU. Hay mercados de grandes oportunidades, pero también las pymes, sobre todo, las que salgan por primera vez al exterior, deben buscar aquellos mercados que están más próximos. En nuestra estructura, tienen mucha importancia los bienes intermedios. Pero todos los sectores van a poder salir fuera, tanto de mercancías, como de servicios. Hay secto-

res tradicionales donde la exportación cumple un papel importante, como el calzado, la confección o la alimentación. Pero también hay sectores nuevos como la biotecnología o los contenidos audiovisuales. Una de las cosas importantes es que estamos viendo que las pymes que han salido fuera y que tienen una parte de su negocio en el exterior están aguantando muchísimo mejor la crisis.

Según el Banco Central Europeo y la Comisión Europea, el acceso a la financiación de pymes españolas está por debajo de la media europea y su situación también es peor que en el resto

“Revisaremos las prioridades”

El vicepresidente ejecutivo del Icxex, Ángel Martín Acebes, asegura que el organismo “enfrentará el recorte presupuestario revisando nuestras prioridades sectoriales y nuestros mercados prioritarios”.

Afirma, además, que avanzarán “en la coordinación y la cooperación con los programas de promoción de las Comunidades Autónomas”: “Tenemos una plataforma que se creó hace tres años, que es el Consejo Interterritorial de Internacionalización, cuyo objetivo es coordinar y cooperar con las autonomías, y también vamos a cooperar con las Cámaras de Comercio. Tenemos un plan cameral, que estamos revisando y que vamos a impulsar para que haya el máximo de complementariedad entre todos los agentes que deben ayudar a las empresas a salir al exterior”, destaca.

de países de Europa. ¿Qué opinión le merece esta situación?

La crisis ha afectado a nivel mundial y en España, también, a la financiación de las empresas y de las pymes. El sistema financiero nacional durante la crisis ha elevado la valoración del riesgo y las pequeñas y medianas empresas lo están viviendo. Lo que hacemos desde el Icxex es que no haya ningún proyecto de una pyme que quiera salir al exterior que se quede sin nuestro apoyo. Por eso, se ha abierto una línea especial ICO-Icxex que va dirigida a la financiación de los proyectos de internacionalización.



Bob Iger, consejero delegado de Disney. / Efe

Disney pide a Hollywood que reescriba el guión

IGER ABOGA POR REEXAMINAR LOS COSTES

M. Garrahan, Financial Times

Bob Iger, consejero delegado de Walt Disney, ha lanzado una dura advertencia a Hollywood, asegurando que el negocio está “cambiando delante de nuestros ojos”, tras un año turbulento en el que los estudios se han visto obligados a reexaminar sus modelos de negocio.

Las ventas de DVD han sido la principal fuente de liquidez de Hollywood en la última década, pero su descenso no se ha visto reemplazado por los ingresos procedentes de otras plataformas, como la distribución digital.

“El modelo de negocio que sostiene a la industria cinematográfica está cambiando”, explicó Iger a *Financial Times*. “Si no nos adaptamos al cambio, no habrá negocio; ésta es la exhortación que le hago a mi equipo”. Iger aboga por reexaminar los costes asociados con el marketing y la producción de películas. La solución exige “investigación y desarrollo, toma de riesgos; un interés real en modificar el statu quo”.

El mes que viene, Disney tiene previsto revelar Keychest, una nueva tecnología que permitirá el almacenaje de copias digitales de películas para que puedan visionarse y transmitirse a distintas plataformas, como *smartphones* o consolas.

Iger ha dado pasos para reforzar el estudio cinematográfico de Disney y ha escogido a Rich Ross, ex responsable de Disney Channel y el cerebro de *Hannah Montana* y *High School Musical* –dos de las producciones más rentables de Disney– para que dirija la división. La empresa ha cerrado un acuerdo para adquirir Marvel y su extenso catálogo de superhéroes.

Spielberg

El grupo también ha recordado puestos de trabajo y limitado la producción de su sello Miramax, además de alcanzar un acuerdo de distribución con el estudio DreamWorks de Steven Spielberg. Estos movimientos limitarán la exposición de Disney a caras producciones cinematográficas, al tiempo que garantiza que dispone de un flujo constante de películas que distribuir del director más taquillero de Hollywood.

“Se crea un negocio de distribución de películas realizadas por otras personas con talento, sin comprometer nuestro propio capital”, explicó Iger. La compañía también está intensificando sus esfuerzos internacionales y esta semana lanzará su primera película dirigida a la audiencia rusa.