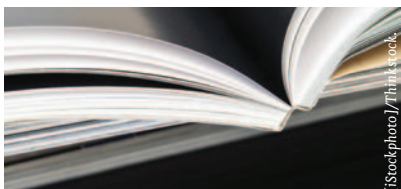


La editorial Cuento de Luz triunfa en el exterior en su primer año de vida



Cuento de Luz es una editorial dedicada al público infantil creada en abril de 2010 con una clara vocación exportadora. Su éxito es evidente, ya que con tan sólo un año de vida cuenta con 110.000 seguidores en Facebook (siendo la segunda editorial infantil más seguida en la red después de la multinacional Disney) y ha conseguido penetrar en el mercado estadounidense y latinoamericano.

Dicho éxito al otro lado del Atlántico no es casualidad, ya que el español es la segunda lengua más hablada en Estados Unidos y el idioma extranjera que más se estudia en ese país.

Su fundadora, Ana A. de Eulate, escribía cuentos desde que era una niña y siempre le había interesado la literatura. Después de vivir en sitios tan distintos como Río de Janeiro, Bruselas o Londres, terminó en Madrid, donde inició este ilusionante proyecto.

La editorial ha tenido claro desde el primer momento la importancia de las nuevas plataformas de comunicación como medio de difusión. Así, entre sus nuevos proyectos, está la conversión de todos sus cuentos en tres formatos electrónicos diferentes: ePub, Kindle y Pdf, además de introducir la marca Cuento de Luz en todas las plataformas digitales. Dichos medios son utilizados por la empresa para comunicarse en los diferentes mercados y contactar con sus distribuidores repartidos en el exterior.

En cuanto al futuro de dicho formato en España, éste parece prometer a pesar de que la incidencia del li-

bro electrónico en nuestro país sigue siendo muy reducida. Durante 2010 este formato alcanzó una facturación de 70,5 millones de euros, de los cuales, los libros de literatura infantil y juvenil superaron los 3 millones de euros, un 4,2% de la facturación global del libro digital. No son cifras muy elevadas pero dicho formato está claramente en expansión ya que el número de títulos disponibles para el mismo se incrementó en un 141% respecto a 2009.

Los beneficios de esta joven editorial, que estima un crecimiento exponencial para el cierre del presente ejercicio, proceden de las ventas en España, Latinoamérica –México, Argentina, Colombia y Uruguay–, y Estados Unidos (este último recibe casi el 68% de la exportación española del sector editorial). Brasil, Sudáfrica, Reino Unido, Australia y Perú son los nuevos mercados en los que Cuento de Luz quiere obtener cuota de mercado.

Las ventas de libros en general, han sufrido un descenso en el mercado nacional pero hay que resaltar que la literatura y, en particular, la infantil y juvenil han seguido una marcada tendencia ascendente en los últimos cinco años. Así, las ventas de libros en esta materia, en el ejercicio 2010, aumentaron un 8,3%, alcanzando una facturación de 664 millones de euros los primeros y 351 millones de euros los segundos.

Las expectativas para el sector en el exterior son muy positivas ya que las ventas fuera de nuestro país alcanzaron en 2010 los 475,8 millones de euros, registrando un aumento del 3,7% respecto a 2009. En lo que al sector editorial se refiere, el pasado ejercicio se facturaron 264,6 millones de euros procedentes de la exportación, un 5,1% más que en el ejercicio precedente ::

Kern Pharma desembarca en Marruecos con su segunda filial en el exterior

Las constantes rebajas de los precios de los medicamentos en España ha llevado al laboratorio catalán, Kern Pharma, a interesarse por el mercado internacional. La compañía, que cuenta con una filial en Portugal desde 2004, penetra ahora en el norte de África con la constitución de una empresa en Marruecos en colaboración con un socio local. El fabricante de genéricos ha instalado una oficina propia en Rabat y espera empezar a vender sus fármacos en el país africano a partir de 2012. Concretamente, la compañía ya ha iniciado los trámites para registrar 15 medicamentos en el país.

Kern Pharma es considerado como uno de los principales laboratorios españoles dedicados a la producción de genéricos. Las ventas de la empresa alcanzaron los 142 millones de euros el año pasado y cuenta con unos 570 profesionales. La compañía espera crecer este año gracias a la pérdida de patentes de algunos de los medicamentos más vendidos del mundo, como por ejemplo el



Valsartán, el principio activo del antihipertensivo Diovan, de Novartis. Este fármaco registró el año pasado unas ventas de 6.100 millones de dólares a nivel mundial.

Otro de los principios activos que ha perdido recientemente su patente es la Atorvastatina –destinada a reducir los niveles de colesterol– y que comercializan Pfizer y Almirall con las marcas Lipitor y Prevencor, respectivamente. El laboratorio de la familia Gallardo vio reducidos el año pasado sus ingresos por este medicamento un 34,6%, hasta 73,8 millones de euros. La entrada en el mercado de nuevos genéricos de estos fármacos durante 2011 puede provocar nuevas caídas de precios de referencia.

Kern Pharma tiene previsto introducir este año 20 nuevas referencias, de genéricos en España. Con este lanzamiento masivo de referencias la compañía espera compensar la caída de precios y crecer más que la competencia. El laboratorio cuenta con más de cien moléculas en el mercado, distribuidas en 272 prestaciones de productos genéricos. En España, dispone de una planta de producción en Terrassa (Vallès occidental), pero también importa principio activo de China, donde ha sellado una alianza con un proveedor local.

En 2010, la deuda de la compañía se redujo 12 millones de euros, situándose en 30 millones de euros. La mayor parte del endeudamiento contraído por el laboratorio se destinó a la adquisición de 13 fármacos de Almirall a principios de 2009. Entre ellos, el laboratorio del grupo Indukern incorporó Cafinitrina, destinada a prevenir el infarto de miocardio, y el ansiolítico Diazepam Prodes.

Anteriormente, la compañía ya adquirió productos a otros laboratorios, como Roche, GlaxoSmithKline, MSD y Bayer. En este último caso la empresa se hizo con las especialidades farmacéuticas que la multinacional alemana fabricaba en su antigua planta de la calle Calabria de Barcelona, clausurada en 2002 ::

La empresa andaluza de ingeniería Dinotec construirá nuevas instalaciones en Marruecos



La compañía sevillana Dinotec prosigue con su expansión a nivel internacional. Actualmente la compañía está presente en zonas como el norte de África, Sudamérica y Europa del Este. Los proyectos en el exterior suponen ya el 15% de la contratación de Dinotec y se espera duplicar ese porcentaje para 2013.

La compañía se dispone a construir una estación de tratamiento de agua potable y una estación de bombeo para el abastecimiento de la ciudad de Taounate, en Marruecos. Dicha estación está diseñada para potabilizar cien litros de agua por segundo, lo que significa que abastecerá a una población de más de 86.000 habitantes al día. El agua se capta de la presa de Sahla (provincia de Taounate, en el norte de Marruecos) y, a través de la nueva estación de bombeo, será conducida para su tratamiento.

La construcción de ambas estaciones ha sido adjudicada por la Oficina Nacional del Agua Potable de

Marruecos (ONEP) y financiada por el Banco Africano de Desarrollo (ADB). Este proyecto cuenta con un presupuesto de unos cuatro millones de euros y un plazo de ejecución de 21 meses. Junto a Dinotec participan las empresas andaluzas Heliopol e Itsmo 94.

El país africano cuenta con 950 m³ de agua por habitante y año, cifra por debajo del umbral de escasez de agua marcado por la ONU en 1000 m³/hab/año. El crecimiento de la población, junto al éxodo rural, han contribuido a un gran desarrollo urbano en Marruecos, que ha venido acompañado de una degradación de la calidad del agua provocada por los desechos domésticos e industriales no tratados.

El diseño y la construcción de dichas estaciones para el tratamiento y el bombeo de agua forman parte del programa de abastecimiento de agua potable y de saneamiento en núcleos urbanos y rurales desarrollado por la ONEP para el país norteafricano ::

Mejora en la concesión y solicitud de patentes de origen español

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo ha publicado los resultados del Plan de Promoción de la Propiedad Industrial 2010-2012 con datos a junio de 2011. El plan ha involucrado a más de 180.000 empresas en alguna de las 53 acciones realizadas en 2010, reforzando la cultura de la propiedad industrial.

Los resultados presentados constatan que se han reducido las tasas y plazos de concesión, y se ha mejorado la situación en el ranking mundial en

la concesión y solicitud de patentes. España registró en 2010 el segundo mayor crecimiento de patentes del mundo respecto a 2009, del 6,8%, sólo por detrás de China con un 30%. Las solicitudes de patentes internacionales de origen español crecieron un 13% en 2010, situando a España en el puesto décimo cuarto del ranking mundial, desde la posición décimo sexto. El objetivo para 2012 es que España se sitúe entre los 10 primeros países de la UE en patentes europeas ::

Percepción positiva sobre la actividad exportadora de las empresas españolas para los próximos meses



En el segundo trimestre de 2011 un 30,9% de las empresas exportadoras españolas han visto incrementados sus pedidos de exportación respecto al primer trimestre del año, mientras que un 47,7% los han mantenido estables, tal como se desprende de la *Encuesta de coyuntura de exportación* realizada por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

El factor que ha influido más positivamente en este comportamiento, a juicio de las empresas exportadoras, ha sido la evolución de la demanda externa. Por el contrario, los precios de las materias primas y del crudo han incidido de forma negativa en la actividad internacional de las empresas.

Según la encuesta, el indicador sintético de la actividad exportadora, que mide las expectativas de exportación de las empresas, se sitúa en niveles positivos, en 11,3 puntos (aunque 9,7 puntos por debajo del valor registrado en el primer tri-

mestre). Aun cuando el grado de optimismo de nuestras empresas se ha reducido, respecto al que exhibían en el trimestre anterior, las señales sobre el comportamiento de la actividad exportadora de nuestras empresas en los próximos meses siguen siendo favorables. Y, en el caso de las perspectivas sobre pedidos a un año, éstas son mejores que en el anterior trimestre. Así, un 1,1% más de empresas exportadoras esperan una mejora de su cartera de pedidos en este horizonte temporal.

Los sectores sobre los que existe una mejor percepción son el de productos químicos, el de bienes de consumo duradero y el de bienes de equipo. En cuanto a los destinos, el 24,2% de las empresas que exportan a la Unión Europea (UE) esperan que sus pedidos a tres meses se incrementen y un 53,1% que sigan en su nivel actual. Para aquellas que exportan regularmente a otros destinos fuera de la UE, las previsiones generales también son de estabilidad de sus pedidos ::

Estados Unidos: mercado objetivo en el que ampliar la oferta española agroalimentaria



El mercado estadounidense se configura como uno de los destinos objetivo prioritarios para la industria agroalimentaria española. A él quieren destinarse productos de más valor añadido, como aceite de oliva de alta calidad, vinos, conservas de pescado o ciertos dulces como el turrón, entre otros.

El director de promoción exterior de la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), Jaime Palafox, ha señalado que la oferta española ha de ir destinada a los distintos tipos de consumidores. En este sentido, afirmaba que una vez que la introducción de los productos gourmet ya se ha realizado de forma exitosa, ahora lo que hay que buscar es que los productos de origen español se consuman con la misma asiduidad que los procedentes de Italia.

En 2010 las exportaciones españolas de productos de alimentación y bebidas al mercado estadounidense superaron los 700 millones de euros (sobre un total de ventas al exterior españolas de 6.530 millones), registrando un incremento interanual de cerca del 25%, destacó Jaime Palafox ::