



JUSTO A TIEMPO

POR SERGIO GARCÍA

Cómo adaptarnos a los tiempos de cambio

1ª. de dos partes

Hoy más que nunca requerimos replantear nuestras estrategias para permanecer en el mercado, ante los tiempos de crisis que ya están aquí y que los analistas estiman durará de dos a tres años, si es que no sucede algo extraordinario.

En ese sentido, el reto es poder diferenciarse en entornos nuevos y complejos con estrategias innovadoras, surgidas del análisis interno de las organizaciones y acuerdos con los vasos comunicantes de los corporativos multinacionales y las condiciones particulares de los mercados donde se actúa.

Si bien la enorme influencia de nuestro vecino del norte y los procesos globalizados nos golpearán como a casi todo el mundo, las reacciones que tengamos como país y como sociedad ante el fenómeno mundial no debieran contaminarse con el pánico generalizado.

Una de las premisas que hemos podido comprobar históricamente es que las crisis son procesos cíclicos que periódicamente —de manera muy similar a las teorías Darwinianas de la selección natural— obligan a realizar ajustes a las relaciones y a reparar violentamente las distorsiones generadas por los sistemas productivos, de interacción económica y de comercio entre las naciones.

Por este proceso han pasado los sistemas socialistas y comunistas que surgieron y desaparecieron casi en su totalidad durante el Siglo XX. El capitalismo por su parte, que fue considerado como la alternativa viable y el único sistema que podía ser duradero, ya ha evidenciado también sus debilidades e imperfecciones, a pesar de las mutaciones, corrientes y formas que ha adoptado en los últimos cien años.

Es evidente que si no mantenemos el poder adquisitivo de los consumidores y si no propiciamos el desarrollo equilibrado y armónico de las instituciones, organizaciones y empresas de todos

tamaños en clara tendencia hacia la sustentabilidad económica, alimentaria y ecológica del planeta, estamos condenando al colapso a nuestras sociedades.

Las medidas que creemos podrían ayudarnos a superar la crisis presente y salir fortalecidos al final del proceso, se resumen en:

1. Replantear las estrategias de la Organización y la Cadena de Suministro, tomando en cuenta las fortalezas con que contamos:

Personal capacitado y comprometido con los objetivos y el futuro de las organizaciones.

Relaciones de mutuo apoyo y desarrollo con nuestros proveedores.

Infraestructura, conocimiento y capacidad instalada en maquinaria, procesos productivos y sistemas.

Nivel de penetración, prestigio y presencia en los mercados nacionales e internacionales.

Operaciones con altos niveles de mejora y eficiencia continua, de bajo costo y amigables con el medio ambiente.

Conocimiento de las necesidades, requerimientos y comportamientos de nuestro mercado.

2. Análisis del desempeño interno, orientado a generar acuerdos entre los actores involucrados, a fin de determinar los elementos, acciones y actitudes que generen ahorros, con la menor afectación empresarial y social posible:

Reducir las jornadas o días laborales con ahorros en pago de salarios, pero sin recorte de personal o despido de colaboradores.

Crear la conciencia colectiva para aprovechar al máximo los recursos disponibles evitando desperdicios en combustibles, energía eléctrica, papelería, servicio telefónico, empaques y mensajería entre otros.

sgarciamac@bolmail.com

Aeroespacial, el principal sector de interés

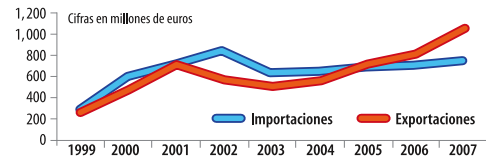
Bélgica quiere cambiar la imagen de México en Europa

PURI LUCENA

Apenas el 1% de las exportaciones belgas llegan a México. Una cifra ínfima para un país que exporta 80% de su producción, principalmente, a la Unión Europea. México es considerado, como país latinoamericano, poco estable económica y políticamente. Sin embargo, esta visión está empezando a cambiar, sobre todo, por los buenos resultados que están arrojando las inversiones realizadas en la industria aeroespacial.

El consejero económico y comercial de la región de Valonia, Bélgica, Rodrigo Dos Santos, señaló que México se está desarrollando muy rápido en este sector, donde los trabajadores mexicanos están demostrando un buen hacer y donde se esperan mayores inversiones belgas. México no sólo cuenta con la ventaja de menores costos de producción, también supone un beneficio en costo de transporte y tiempo de entrega para los dos principales mercados en el continente america-

Evolución del comercio México-Bélgica



Fuente: Eurostat.

no: Estados Unidos y Canadá, advirtió.

En cuanto a las oportunidades para las empresas mexicanas, explicó que los productos agroalimentarios son bien vistos, especialmente por las cadenas tex-mex que llegaron hace años. Asimismo, aseguró que lo más recomendable es exportar partes de maquinaria para ser ensambladas, aunque las empresas que produzcan maquinaria completa de calidad y bajo consumo, que sean puntuales en la entrega y puedan ofrecer servicio postventa pueden lograr el éxito.

Pero Bélgica no sólo supone un mer-

cado más. Uno de sus principales atractivos es que puede convertirse en una excelente puerta de entrada para productos en Europa. Y es que, además del puerto de Amberes y tres aeropuertos internacionales, el país cuenta con una excelente red de autobuses gratuitos y un sistema de transporte fluvial económico y eficiente.

Cabe destacar que a 500 kilómetros a la redonda se encuentra el 75% del PIB europeo, pues es la distancia a la que se encuentran grandes centros de consumo como París, Londres, Luxemburgo o Frankfurt, entre otros.

Participarán 2,200 empresas en programa de Nafin

Educa Eurocentro en comercio exterior

PURI LUCENA

A partir del próximo año, dos mil 200 empresas, 50% mexicanas y el resto ubicadas en Centroamérica, serán seleccionadas para participar en un ambicioso proyecto desarrollado por Eurocentro Nafin México, el programa Al-Invest Fase IV, que durante cuatro años le aportará una base sobre comercio internacional a fin de impulsarlo en su proceso de exportación.

La directora ejecutiva de Eurocentro Nafin México, Danielle Pellat, explicó a **Comercio T21** que, a diferencia del programa de Ventas a la Unión Europea que actualmente y hasta finales de 2009 se está llevando a cabo para conseguir que 60 empresas logren su primera exportación a Europa, en esta ocasión el proyecto tiene un componente más educativo.



Capacitación a Pymes.

“La diferencia es que no forzosamente esperamos un alto índice de exportaciones. Aquí es suficiente con que la Pequeña y Mediana Empresa (Pyme) por primera vez realice un diagnóstico, tenga participación en una feria comercial, asista a semina-

rios o sepa que necesita certificaciones”, advirtió la directiva, quien calificó la iniciativa como una “universidad”, al término de la cual muchas Pymes estarán exportando.

De este modo, durante el primer semestre de 2009 podrán registrarse las Pymes de sectores como agroalimentario, artesanía, decoración y regalo, energía, desarrollo sustentable, medio ambiente, servicios e infraestructura, interesadas en participar en el programa. Este tipo de iniciativas, puntualizó Pellat, son especialmente importantes ya que para una Pyme es muy difícil exportar con éxito sin ningún tipo de apoyo.

Durante esta inscripción, las Pymes tendrán que rellenar su diagnóstico de comercio internacional e innovación, ya que éste último será un componente clave en el programa, para lo que contarán con apoyo de expertos europeos.

Se dice en el mercado



POR EL MARCHAN-T

Lanzan mensajito

Durante su reciente visita a Argentina, el presidente de México, Felipe

Calderón, advirtió que sólo con mayor integración económica se podría recuperar el camino del crecimiento. El mensaje parecía más bien lanzado a su homólogo de Estados Unidos, Barack Obama, quien durante discursos de campaña anunció que revisaría el TLCAN, una situación que de llegar a darse sería una nueva preocupación para la administración mexicana, ya que como reconoció Calderón, se perturbaría gravemente la balanza comercial y se afectaría el empleo.

Bienvenida a la subsecretaría

A quien parece le tocó vivir, ahora sí, la realidad del puesto que ostenta es nada más y nada menos que a **Lorena Martínez, subsecretaría de Industria y Comercio de Economía**, luego de que los industriales, principalmente los agrupados en Concamín, supieron del proyecto de reducir más de 10 mil fracciones arancelarias, lo que motivó un “encontronazo” entre este sector y la funcionaria. Al final, los

datos parece se cargaron de parte del empresariado, ya que finalmente la dependencia accedió a que se revisara la propuesta, en vez de ser publicada sin aviso previo. ¿Cuántos sucesos más de este tipo le esperarán a la funcionaria?

¿Con el diesel lo lograrán?

Ya gran parte del año el gremio transportista empleó esfuerzos en poder modificar las condiciones del Impuesto Empresarial a Tasa Única (IETU), hasta que confir-

maron que desde la **Secretaría de Hacienda** no habría ninguna alteración a esta tributación. Ahora, la **Canacar**, que comanda **Jorge Cárdenas**, toma impulso y anticipa que buscará que la dependencia a cargo de **Agustín Carstens** frene el alza en el diesel, con la justificante de que éste ya superó precios internacionales como Estados Unidos. En fin, habrá que esperar a conocer si no se corre la misma suerte que con el IETU, y este sector deje de carburar.