

EDITORIAL

Sí al e-Commerce, pero con seguridad

La *web* se presenta como una opción real, concreta y, para muchos, la principal aliada de las empresas como una forma para enfrentar la debacle económica internacional.

Esto si se toma en cuenta que más del 80% de los usuarios de América Latina utilizan Internet como herramienta de búsqueda de información de productos y servicios, y que en México hay un universo de 24 millones de usuarios de Internet y 17 millones de computadoras personales, usuarios que antes de decidir su consumo (si al menos no compran) consultan por la *web* el mejor precio y calidad de los productos.

Internet se han convertido en una herramienta y oportunidad para la oferta de productos, servicios y búsqueda de proveedores. Su desarrollo es tan grande que hoy en día ya no es opción dudar en estar o no en la llamada "súper carretera de la información".

Más aún cuando en un contexto donde las compañías tendrán que reducir costos y no perder ventas, el e-Commerce se vuelve una opción por las ventajas que ofrece al ahorrar en tiendas, personal y en algunos casos hasta almacenaje.

Empero, existe aún el temor en los usuarios de comprar por la red y es que el comercio electrónico en México se encuentra totalmente desprotegido y alejado de las medidas de seguridad que en su momento entraron en operación para la banca en línea el año pasado, señalan involucrados en el tema.

Y esto se comprueba ante la carencia de cifras sobre cuánto se pierde por esta falta de protección, ya que los crímenes generalmente se reportan como robo o clonación de tarjeta de crédito y no como fraude en el e-Commerce.

Según expertos en la materia, aún es un riesgo muy alto usar las tarjetas de crédito *online*, porque se utilizan en portales o en sitios que no tienen la seguridad bancaria, ya que aún es de alto riesgo hacer la compra en línea a través de computadoras que tienen programas espías o en máquinas de uso público que pueden estar hackeadas, ya que es muy fácil extraer la información del plástico.

En México, según la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), el 70% del volumen de las ventas que se realizó en comercio electrónico el año pasado se hizo con tarjeta de crédito. Por ello, pronto tendrán que tomarse las medidas pertinentes para hacer seguras las transacciones vía Internet.

Y bueno, para los convencidos de que la red es una buena manera de hacer comercio, también hay necesidades, sobre todo en una logística eficiente que permita tener el producto de manera rápida, así como en Estados Unidos, donde se puede hacer la compra y al día siguiente se recibe la mercancía en el domicilio.

Muchos otros piden también se amplíe la oferta de productos o servicios, así como la reducción en los costos por el servicio de banda ancha.

El año pasado el comercio electrónico en el país tuvo ventas por 955 millones de dólares (mdd), un crecimiento del 78% con respecto al 2006; y para este año se espera supere los mil 600 mdd. Sin duda, éste es un canal de negocios que no se debe menospreciar.



BITÁCORA COMERCIAL

POR OSIEL CRUZ

3 grandes al borde de un ataque...

Si nada falla, por estos días deberíamos conocer la respuesta del Congreso estadounidense a la solicitud, casi ruego, de "las tres grandes" compañías automotrices de Estados Unidos (**General Motors, Ford y Chrysler**), de que se les rescatara del inminente peligro de quiebra en que se encuentran, como resultado de una serie de factores que las condujo a este callejón sin salida posible, más allá del rescate por parte del gobierno norteamericano.

Los escenarios, desde luego son dos: Uno es que el gobierno se conduela y crea a pie juntillas en el plan de acción al que se comprometerían estas empresas para obtener el equivalente a 25 mil millones de dólares de recursos públicos, que les permitan hacer frente a sus vencimientos de corto plazo, enfrentar la fuerte caída del mercado este año y el próximo, reestructurar las empresas y ganar tiempo esperando que regresen mejores épocas que les permitan repenirse del trago amargo que ha significado la actual crisis.

El segundo es que el gobierno no las rescate al no creer en los compromisos de estas tres empresas cuyos malos diseños, nula estrategia de marketing y servicio al cliente, pobre innovación y anacrónico catálogo, las ha llevado a sucumbir frente a sus rivales japonesas y alemanas (**Toyota, Nissan, Mazda, Isuzu, Volkswagen, BMW, Daimler**), que no dejan de crecer en Estados Unidos en cuanto a su cuota de participación de mercado, y en todo el mundo.

Sin embargo, es importante considerar que cualquiera de los dos escenarios

tendrá repercusiones sobre México. Nuestro país es el tercer proveedor de autopartes al mercado de la Unión Americana después de Canadá y Japón, y el mercado principalmente está representado por las tres marcas en desgracia. Al año pasado, en los primeros diez meses, se habían exportado a Estados Unidos poco más de 21 mil millones de dólares de autopartes, de acuerdo con el Instituto Nacional de Autopartes (INA).

El rescate de **GM, Ford y Chrysler** podría aminorar el golpe que la crisis de una menor producción de autos provocará, pero también muy posiblemente, el compromiso de las armadoras con su gobierno a mantener los puestos de trabajo en Estados Unidos que actualmente tienen; por algo en esta lucha, hasta cuentan con la simpatía de sus sindicatos, excepto cuando se trata de recortar o suprimir prestaciones, que son en realidad otro de los factores que están minando la otrora fortaleza económica que estas empresas tenían.

El rescate, pues, puede representar el corto plazo el menor daño económico para nuestro país; pero a la larga, esta alternativa puede que no sea el escenario cuyo resultado sea más halagüeño para México.

De no ser rescatadas las automotrices, su situación obligaría a la toma de medidas de cambio más profundas y de mayor impacto y repercusión, como sería la ampliación del plan de reposicionamiento de capacidad en países con condiciones laborales más competitivas frente a las existentes en los Estados Unidos, y uno de ellos es México.

No hay que olvidar que las tres fir-

mas, recientemente han cerrado plantas en Canadá y Estados Unidos para reubicarlas en México y ser más competitivas, y este plan podría ampliarse si la situación actual aprieta un poco más a las empresas sin un tanque de oxígeno que el gobierno podría facilitarles. Ya veremos.

PROMOCIÓN EN FRANCIA

Entre los días 2 al 4 de diciembre se llevará a cabo en Cannes, Francia, la Conferencia Internacional Inmobiliaria MIPIM Horizons, en donde México participará por primera vez promoviendo la industria de segundas residencias en los principales destinos turísticos y de descanso que tiene nuestro país. Según **ProMéxico**, la institución que dirige **Bruno Ferrari**, México podría captar para el 2015 algo así como 23 mil millones de dólares en este nicho de mercado que son las segundas residencias.

NUEVO DIRECTOR DE BANCOMEXT

A partir de enero próximo, **Héctor Rangel Domene** asumirá la dirección general del **Banco de Comercio Exterior (Bancomext)** y de **Nacional Financiera** en sustitución de **Mario Laborín**, quien desde diciembre del 2000 había asumido la dirección general de Nafin y ya había expresado sus deseos de buscar otros derroteros en su vida profesional. **Rangel Domene** cuenta con una amplia y reconocida trayectoria en el sector financiero entre cuyos cargos destaca haber sido presidente del Consejo de Administración del Grupo Financiero BBVA Bancomer.

ocruz@t21.com.mx

Así Lo dijo...

"Es una mala idea",

Felipe Calderón, presidente de México, quien así calificó las intenciones expuestas en Estados Unidos en torno a modificar las condiciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), principalmente por el presidente electo Barack Obama.

"Se tiene que estar dispuesto a invertir y no sólo dinero",

Danielle Pellat, directora ejecutiva de Eurocentro Nafin México, al advertir a las Pymes la importancia de dedicarle tiempo para formación en negocios y certificación a la hora de exportar

CARTAS

redaccion@t21.com.mx

Aprovecha este espacio, solo tienes que mandar un correo a la dirección: redaccion@t21.com.mx o bien comunicarte al 85 00 57 87 de la Ciudad de México.

ComercioT21

ITINERARIOS MÉXICO SHIPPER

Director General	Editor	Gerente de Publicidad y Marketing		Coeditor Gráfico		
Osiel I. Cruz Pacheco	Enrique Torres Rojas	Carlos J. Guerra Cruz		Jorge Humberto de la Rosa Salazar		
Consejo Editorial						
Eduardo Asperó Zanela	Francisco Cruz González	Francisco Uribe Calleja	Gustavo Llamas Galaz	Simón García Rubio	Fernando Ramos Casas	Fernando Juárez FEDEX
Pacer Stacktrain	Translog	Autotransportes Astros	Logyt	Consultor aéreo	IMECE	

Redactores: Miguel Ángel Castillo Ortiz, Didier Ramírez Torres, Purificación Lucena Pineda, Julio César Pineda Dosal

Diseño Benito Suárez Loza Fotografía Adán Gutiérrez Infografía e Ilustración Diseño T21

Administración Claudia Ramos Sánchez Contabilidad Norma Galindo Juárez, María del Socorro Mondragón Hernández Ventas Felipe Ramírez Arroyo, Leticia Lavara Castillo, Sonia Girón Salas, Ezequiel Abdel Momen del Río Sistemas e Informática Aender Vargas García Logística Araceli Nieto Hernández Logística Jesús Romero Contreras

Circulación certificada por Lloyd International, S. de R.L. de C.V.

Comercio T21 es una publicación de Grupo Comunicación y Medios S.A. de C.V. Editada en Luz Saviñón 1707 Col. Navarte, Deleg. Benito Juárez, C.P. 03020, México, D.F. Tels. 5682-7079 y 5682-4178
 Editor responsable: Osiel Cruz. Registrada ante la Dirección General de Derechos de Autor de la Secretaría de Educación Pública con el Certificado de Reserva de Derechos al uso exclusivo del título número:04-2006-060614562400-101, Registro ISSN 1870-5677 Certificado de Licitud de Título N° 13494 y Certificado de Licitud de Contenido N°11067. Difesa, con domicilio en Amado Paniagua N°43 Col. Moctezuma 1a. Sección C.P. 15000, México, D.F. Prohíbe la reproducción total o parcial sin el permiso expreso de los editores. Los artículos publicados son responsabilidad absoluta de los autores y no reflejan la posición de los editores. Prensa e Impresión: Milenio Diario S.A. de C.V., Avena 17 Col. Granjas Esmeralda, C.P. 09810 Del. Iztapalapa, México, D.F. fecha de impresión: 30 de noviembre del 2008.



COMERCIO Y ECONOMÍA

POR JOSÉ MANUEL VARGAS MENCHACA

Manzanas y aceite de oliva

En las últimas semanas la SE publicó resoluciones en materia *antidumping* sobre manzanas de mesa (DOF 14/11/08), aceite de oliva (18/11/08) y ácido esteárico (21/11/08), la primera y tercera de origen estadounidense, y la segunda de la Unión Europea, las cuales procederemos a comentar.

Las empresas exportadoras Cowiche Growers, CPC International Apple, Jack Frost Fruit Company, Matson Fruit, Monson Fruit Company, Yakima Fruit and Cold Storage y Zirkle solicitaron el año pasado una revisión anual de las cuotas compensatorias que van de 6.40 a 47.05% impuestas a las importaciones de manzanas de mesa de las variedades *red delicious* y sus mutaciones y *golden delicious*, a fin de que se revise el monto de la referida cuota. Para tal efecto, la SE determinó como período de revisión el comprendido del 1 de agosto de 2007 al 30 de septiembre de 2008. Identificó como empresas importadoras participantes a Baja Comercio Global, Bebo Distributing, CGR Export, Dubacano Export Import, Jhovana Paolo García Gallardo e Importadora y Exportadora de Frutas. Preciso que la empresa Fruit Buyer está excluida de dicha revisión, ya que a la misma no se le aplican cuotas compensatorias con motivo del cumplimiento de un mandato judicial, visible en la resolución publicada en el DOF del 17 de octubre pasado.

No pasa inadvertido que el inicio de la revisión se realiza un año después de la presentación de la solicitud, motivo por el cual las exportadoras se verán en la necesidad de actualizar la información de que disponen. Adicionalmente con los plazos establecidos por la SE, la conclusión de la revisión tendrá lugar hasta finales de 2009, ya que la audiencia pública está prevista para el 13 de julio del próximo año y la presentación de alegatos por escrito hasta el 23 de julio.

Las cuotas compensatorias a las manzanas son añejas y tienen su origen en un procedimiento sucedido en 1997. No obstante, las cuotas compensatorias que ahora se revisan derivan de un procedimiento de reposición, el cual concluyó en noviembre de 2006. A la par de este procedimiento también existe una impugnación promo-

vida por empresas exportadoras en el marco del artículo 1904 del TLCAN, respecto del cual, el 19 de noviembre pasado se llevó a cabo la audiencia pública correspondiente, en consecuencia se espera que durante el primer trimestre del próximo año se emita la decisión final.

Con respecto al aceite de oliva europeo, Distribuidora Ybarra se vio favorecida con una sentencia de la Segunda Sección de la Sala Superior del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa, motivo por el cual la SE, apoyándose en una tesis de la Primera Sección de la mencionada Sala y Tribunal, determina extender con efectos generales, *erga omnes*, las resoluciones que declaren la nulidad de los actos por medio de los cuales se establezcan cuotas compensatorias. De este modo, a pesar de que la referida tesis no constituye jurisprudencia, la SE procede a declarar la nulidad lisa y llana de la resolución final de la investigación por subvención de precios, conforme a la cual existían cuotas que van de \$0.40 a \$0.73 dólares por kilogramo sobre las importaciones de aceite de oliva de origen europeo. Es decir, a pesar de que en el ámbito internacional la SE había enfrentado, en términos generales, con éxito el procedimiento de solución de diferencias promovido por la Unión Europea, después de agotar las consultas y el procedimiento ante un grupo especial, el cual establecía la posibilidad de que se mantuvieran las cuotas compensatorias. Ahora con motivo de la sentencia en comento la SE decide eliminar las mismas.

Adicionalmente, cabe señalar que de la resolución de cumplimiento no se observan cuáles fueron los argumentos a favor y en contra que se ventilaron ante el Tribunal Fiscal. Tampoco se observa si la Secretaría ya comprobó que la Unión Europea haya dejado de subvencionar a su industria productora de aceite de oliva, y el por qué deriva esta situación en la eliminación de cuotas; lo cual seguramente provocará que la industria mexicana fabricante de aceite de oliva desaparezca del territorio nacional.

josemanuelvargasmenchaca@yahoo.com.mx



DERECHOS RESERVADOS

POR MAURICIO JALIFE DAHER

Pésima iniciativa de ley de propiedad industrial

Pretender que un cuerpo normativo se mantenga por largos periodos supone usualmente asumir su obsolescencia como negación de la realidad cambiante; pero realizar modificaciones inútiles y desorientadas es aún más grave que mantener las cosas en el estado en que se encuentran. Hemos señalado reiteradamente en este mismo espacio que la Ley de la Propiedad Industrial, moderna y adecuada para la época en que fue promulgada (1991), requiere ya de ajustes significativos. Lamentablemente, el proyecto que para sustituirla presenta el senador Arturo Escobar está más verde que su partido.

La iniciativa parece apoyarse en las pretensiones personales de sus creadores intelectuales para eliminar a la actual administración del IMPI, dejando de lado puntos fundamentales que deben ser atendidos.

En materia de marcas, por ejemplo, si bien se esboza el reconocimiento a insignias no tradicionales como las sonoras, táctiles, olfativas y dinámicas —que podría representar un avance real—, éstas no se definen ni regulan, abriendo un grave espacio para la especulación reglamentaria. En materia de nulidades el proyecto pierde la oportunidad de corregir la grave pifia cometida en el pasado, en el sentido de permitir cuestionar la validez de un registro nacional de marca bajo la premisa del simple uso previo en el extranjero, asumiendo el pueril argumento de que cualquier coincidencia es un acto inconfesable de piratería.

En materia de denominaciones de origen, se reproducen graves fallas de cobertura como, por ejemplo, no tipificar como delito el uso no autorizado de este importante activo nacional. En ese mismo sentido el proyecto falla al no aportar avance algu-

no en materia de indicaciones geográficas. Ni qué decir de conocimiento tradicional, cuyo concepto ni remotamente se menciona en la iniciativa.

Igual rezago se reivindica al no migrar, en materia de delitos, de los perseguidos por querrela a los de oficio por vía de denuncia, que ha sido un evidente lastre que tiene por únicos beneficiarios a los abogados dedicados a la materia. Asimismo, el texto propuesto convierte en ley uno de los criterios más desafortunados de la PGR en la materia, que es el consistente en considerar que existe delito de falsificación de marca, únicamente, cuando ésta es reproducida en todos sus elementos. Criterio nefasto que, al menos, debe incluir dentro de su concepto al de la copia "sustancialmente idéntica".

En este mismo orden de ideas, la regla del 40% para la reparación del daño, que debe ser revisada, permanece idéntica, así como la urgencia de desatar la acción civil de la administrativa, que queda absolutamente intocada por el proyecto.

En materia de franquicias, y más allá de la escasa simpatía que la reforma de 2006 me generó, se debe reconocer que su eliminación de este ordenamiento tendría que dar lugar, en el orden técnico, a una reforma adicional que incorpore la figura al Código de Comercio; lo contrario supone condenar esta figura al desamparo y la anarquía, en clara afectación de los intereses de los franquiciatarios. Esperemos con toda sinceridad que no se cometa el gravísimo error de pasar este proyecto en sus términos, porque se perdería una importante oportunidad de modernizar nuestro sistema de propiedad intelectual a cambio del simple protagonismo de sus redactores y abanderados.

mjalife@jcva.com.mx

Tu negocio NOS IMPORTA
Confianza que TE DA SEGURIDAD

Trate de conocer personalmente al Agente Aduanal y verifique que cuente con la patente otorgada por la SHCP.

Acérquese a su Agente Aduanal, pues él compartirá con usted la responsabilidad fiscal de cada uno de los pedimentos por un periodo de 5 años (Artículo 53 de la Ley Aduanera).

Sólo son deducibles del ISR los servicios aduanales emitidos por recibos de honorarios de Agentes Aduanales o las facturas de empresas constituidas por ellos mismos en donde aparezcan como socios (Artículo 32, fracción XXI de la Ley del ISR).

Conoce a tu Agente Aduanal

El fraude, la corrupción y el contrabando afectan a todos los mexicanos. Al cumplir con sus obligaciones legales usted contribuye a la transparencia y competitividad del comercio en nuestro país.

