

Avisos publicados en el DOF relativos a comercio



24 de diciembre

Secretaría de Economía

Impuesto de importación para la región fronteriza y la franja fronteriza norte. Modificación de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación (TLIGIE). Condiciones para la importación definitiva de vehículos usados.

26 de diciembre

Secretaría de Economía

Resolución preliminar por la que se concluye la investigación antidumping sobre las importaciones de piernas de cerdo originarias de Estados Unidos.

29 de diciembre

SHCP

Segunda Resolución de Modificaciones a las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior para 2008 (ROGMCE).

31 de diciembre

Secretaría de Economía

Cupos para importar a México bienes textiles originarios de Costa Rica, Nicaragua, El Salvador, Guatemala y Honduras.

2 de enero

Secretaría de Economía

Aviso sobre la vigencia de cuotas compensatorias

5 de enero

SHCP

Tercera Resolución de Modificaciones a las RCGMCE para 2008 y su anexo 22.

6 de enero

SHCP

Anexos 1, 10, 13, 19, 21, 22 y 27 de la Segunda Resolución de Modificaciones a las RCGMCE.

Secretaría de Economía

Cupo para internar a Taipei Chino automóviles originarios de México, durante 2009 y 2010.

7 de enero

SHCP

Tercera Resolución de Modificaciones a las RCGMCE.

Prevé año difícil

Reebok va por el 10

MIGUEL CASTILLO



Estiman crecer 10 por ciento.

La firma de diseño, venta y distribución de ropa y calzado deportivo Reebok prevé un panorama de negocios en México difícil en 2009 debido a la situación financiera mundial, por lo que sus proyección es que crecerá por abajo del 10 por ciento.

El director general de Reebok México, Rodrigo Silveira, informó que ya desde este año se ha sentido una situación adversa, pues sus principales socios se han mostrado cautelosos y han comenzado a bajar sus proyecciones e inventarios.

“Nosotros obviamente tenemos que responder de la misma forma, asegurando que las cosas que pongamos en el mercado tengan mayor impacto; en 2008 crecimos en 15%,”

en 2009 será más bajo y quizás no llegué a 10%”, dijo.

De esa forma, agregó el directivo, el plan para el próximo año será que Reebok México se enfoque en sus dos prioridades como marca, que son la

comercialización de productos de la National Football League (NFL) y las Chivas del Guadalajara.

En este último caso, Reebok mantiene desde hace cuatro años una sociedad con el club de fútbol tapatío para fabricar y vender ropa alusiva a este equipo de soccer en México y el mercado hispano de Estados Unidos.

De hecho, indicó Rodrigo Silveira, actualmente las Chivas representan el 30% de los ingresos de Reebok en México, siendo este mercado el segundo más importante en América Latina, después de Brasil.

“Debemos capitalizar los activos que tenemos como marca en México, además de que buscamos acercarnos cada vez más al público femenino, a través de alianzas como la que tenemos con los centros Sport City”, concluyó.

HISTORIA DE EXITO

Se purifica Mezcal de los Ángeles

PURI LUCENA

Tras 100 años de tradición en la elaboración de mezcal, Mezcal de los Ángeles ha sufrido una fuerte evolución en sus últimos doce años de vida. Fue justo entonces cuando esta empresa familiar se constituyó como cooperativa, logrando desde entonces consolidarse como marca propia y, especialmente, advirtió Graciela Ángeles Carreño, perteneciente a la cuarta generación de la familia, posicionarse en un nicho de mercado muy específico y poco explorado por el mezcal: los restaurantes de alto poder adquisitivo.

De este modo, destacó Ángeles Carreño en entrevista con **Comercio T21**, el mayor logro fue, independientemente del volumen de ventas, el hecho de que la gente solicite en este tipo de locales la bebida por su marca y por tipo de maguey, ya que su línea de mezcal blanco, llamada Minero Real, maneja diversos tipos de esta planta. Este producto cuenta

desde el pasado mes de abril con la certificación que lo reconoce como producto orgánico.

Además, la compañía cuenta con una línea de coctelería, Brisa Frutal, con base de mezcal orgánico pero con muy bajo contenido alcohólico y sabores como mandarina, naranja, café y jamaica, estos dos últimos también en proceso de certificación. “La idea es que quien no conoce el mezcal se pueda acercar a él como una bebida suave, pero que no oculte las características del mezcal”.

Ángeles Carreño señaló que decidieron empezar el proceso de certificación para diferenciarse de otras marcas y ofrecer un valor agregado frente a la competencia, pero también porque su objetivo de mercado es el europeo, donde ya apuntan a través de negociaciones con un importador alemán, que está solicitando en un primer momento dos mil botellas mensuales.

Actualmente, Mezcal de los Ángeles produce cinco mil litros



Certifican su mezcal Minero Real.

anuales, aunque la producción aumentará año con año, una vez que se vayan incorporando más superficie al cultivo orgánico. “En los próximos años podría haber un incremento paulatino de 50% anual, con lo que en un lapso de cinco años tal vez estaríamos ya en la posibilidad de producir entre 18 y 20 mil litros mensuales, que son buenos pero siguen siendo pocos para un mercado de exportación”, reconoció.

Pagos vía Internet Un PayPal a la mexicana

CÉSAR PINEDA DOSAL

Una de las razones por las que una persona se muestra renuente a hacer compras a través de Internet es por la desconfianza de proporcionar los datos financieros de sus tarjetas de crédito a “desconocidos”. Sin embargo, esto ya no será un problema, porque el sistema de pagos electrónico PayPal ya está disponible en México.

Como una subsidiaria de eBay desde el 2000, PayPal llega optimista a nuestro país, ofreciendo una gigantesca red de 165 millones de usuarios de todo el mundo, con presencia en 190 países y acepta transacciones con 19 distintas divisas: peso mexicano, dólar americano, canadiense y australiano, euros y yen, entre otras.

Adolfo Babatz, gerente para México de esta firma con sede en San Francisco, California, pero que para sus operaciones en nuestro país inauguró *expresos* en Monterrey, Nuevo León, un *call center* para atender a los usuarios mexicanos, puntualizó que el arribo de PayPal obedece a objetivos bien definidos.

“El *core-business* de PayPal es ayudar a las pequeñas y medianas empresas (Pymes). Estamos muy optimistas con el mercado mexicano, por eso estamos abriendo un website específicamente para el usuario mexicano”, señaló.

A diferencia del sistema PayPal estadounidense, donde sólo se puede acceder a él a través de una tarjeta de crédito o débito, en México los usuarios que no cuenten con un plástico sólo tendrán que darse de alta en la página de esta firma, ahí se les proporcionará una clave y posteriormente acudir a una sucursal bancaria con esa clave para poder depositar fondos en su cuenta de PayPal.

El año pasado PayPal procesó 50 billones de dólares; el trimestre julio-septiembre de este año registró 15 billones de dólares, lo que equivale a operaciones de dos mil dólares por segundo.

EL PERIÓDICO DEL COMERCIO EXTERIOR

Comercio T21

ITINERARIOS MÉXICO SHIPPER

Suscríbese a **Comercio T21** y reciba directamente en sus oficinas o domicilio nuestro ejemplar **cada 14 días**

6 meses	\$250.00
1 año	\$500.00
2 años	\$800.00

Cárguelo a su tarjeta American Express

O si lo prefiere, consiga nuestro ejemplar en **Sanborns** y **puestos de periódicos**

Envíe un correo electrónico a comercio@t21.com.mx, o bien un fax al (55) 5682 4178 con:

- Nombre completo y cargo
- Nombre y dirección de su empresa