

EL QUEHACER COMPETITIVO

COLUMNA INVITADA

Papel del agente aduanal

En trámites complejos donde participan muchas dependencias reguladoras como son los procesos del comercio exterior mexicano, "el agente aduanal, es un facilitador para los importadores y exportadores, el cual garantiza la realización de sus operaciones en el menor tiempo y costo posible. Cuidando en todo momento los intereses y la seguridad jurídica de sus clientes y de las propias autoridades aduaneras de los países", dijo el Presidente de la Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (Caaarem), Jaime King Cancino.

El dirigente explicó que el agente aduanal es el que coordina a todos los actores de la cadena logística, haciendo que los flujos de mercancía se muevan, ya que es el único que de manera constante interactúa con transportistas, agentes navieros, almacenes, con las autoridades reguladoras del comercio exterior, aduanas, bancos, importadores, exportadores, compañías maniobristas.

Añadió que el agente aduanal deberá especializarse en procesos de certificación de los participantes en la cadena de suministros, deberá conocer la legislación aplicable en materia de seguridad a nivel mundial, dar seguridad en el proceso de documentación, ofrecer almacenes seguros y mejorar la seguridad de embarques bajo su control.

Por ello, dijo, el agente aduanal debe certificarse o ser reconocido como proveedor confiable (Operador Económico Autorizado). "Al utilizar los servicios del agente aprobado como OEA, las PyMES que no poseen aprobación como OEA, lograrán un acceso a algunos privilegios de este estatus".

Espacio patrocinado por:



Avisos publicados en el DOF relativos a comercio

10 de febrero Secretaría de Economía

Acuerdo que da a conocer el Segundo Protocolo Adicional al Apéndice II Sobre el Comercio en el Sector Automotor entre

Representarán 70% de sus aperturas

Wal Mart apuesta por Mamá Lucha

DIDIER RAMÍREZ

Conscientes de la oportunidad que existe en la población con un nivel socioeconómico bajo (E, D y D+), Wal-Mart de México enfocará sus aperturas de tiendas hacia su formato Bodega Aurrerá, y en particular a su concepto Bodega Aurrerá Express. En 2009, la firma espera incorporar 252 nuevos establecimientos de sus diversas cadenas.

Eduardo Solórzano, presidente ejecutivo y director general de la firma, describió que el formato de Bodega Aurrerá, el cual promociona bajo el slogan Mamá Lucha, tienen una gran oportunidad en el mercado mexicano, primero porque no existe competencia frontal, y en segundo lugar porque atiende al mayor nivel



Abrirá 252 establecimientos de sus diferentes unidades de negocio.

de la población (más del 60%), aunado a que ofrece un alto retorno de la inversión.

Para este año, la firma incorporará 225 nuevas Bodegas Aurrerá (de ellas 175 Express), 13 Walmarts Supercenter, cuatro Superamas, siete Sam's Club y tres Suburbia; para lo cual supone una inversión de 11.8 mil millones de pesos, que resultan 4% superior a lo canalizado en 2008, y que permitirá crecer el piso de ventas en 10 por ciento.

Aunque Wal-Mart de México tiene presencia en 224 ciudades con sus diferentes formatos, Solórzano explicó que aún existen 147 urbes en donde no cuentan con algún establecimiento, y

en ello, en donde visualizan una oportunidad de crecimiento.

Eduardo Solórzano descartó cualquier adquisición de alguno de los competidores que existen en el mercado de tiendas de autoservicio, y su expansión estará soportada en un crecimiento orgánico.

Actualmente, Wal-Mart opera la mayor cadena de tiendas de autoservicio en el país, con más de 690 establecimientos en sus diversos formatos, por arriba de Organización Soriana y Comercial Mexicana.

Cifras de la firma en México

Formato	Unidades al cierre 08	Proyección al cierre 09
Bodegas Aurrerá	442	670
Walmarts	153	166
Sam's Clubs	91	98
Superamas	67	72
Suburbias	84	86
Restaurantes, incluyendo franquicias	367	N/D

Fuente: Wal-Mart de México. N/D: No disponible

Historia de éxito

Mágica exportación de Tres Reyes

PURI LUCENA

Todo fue posible gracias a una carretera. La que construyó el presidente Lázaro Cárdenas para unir la Ciudad de México con Guadalajara, recuerda José Trinidad Rizo Amezcua, director de Dulces Regionales Tres Reyes. "Cuando la gente que pasaba por el camino probaba el postre, trataban de llevarlos hasta sus lugares de origen. De ahí surgió la idea de envasarlo y distribuirlo". Era 1936 y fue el germen de esta empresa familiar dedicada a la producción de chongos zamoranos.

Al principio, señaló Rizo Amezcua, los procesos eran caseros, "como hacer arroz con leche en casa". Poco a poco, la empresa creció y se fue industrializando. Hoy

exportan aproximadamente 30% de su producción, que asciende a entre mil 500 y mil 700 kilos diarios, a Estados Unidos, donde han encontrado en el denominado mercado de la nostalgia su principal nicho.

"Llegamos a Estados Unidos hace diez años, poco a poco, primero a través de exposiciones y muestras. Nuestro principal consumidor es la población migrante. Los americanos no son muy afectos a este dulce", justificó.

Dulces Regionales Tres Reyes también elabora ate, flanes y otros postres típicos, que también quieren introducir en el mercado estadounidense, para lo que ya cuentan con los permisos sanitarios.

Pero actualmente, el mercado objetivo es Europa. Para ello han adquirido nueva

maquinaria para adaptarse a las necesidades de esta región. "Estamos haciendo latas individuales, porque las familias europeas son más reducidas. No sabemos cómo respondera el mercado con la crisis económica, pero ya hemos hecho intentos en España, Italia, Francia y Alemania".

Por ahora no han empezado a exportar a países europeos de manera continua, aunque la empresa tuvo una breve experiencia en España, concretamente con la cadena de tiendas departamentales El Corte Inglés, con quien realizaron un único envío. "Pero gracias a eso tuvieron oportunidad de probar nuestro postre mucha gente y hasta nos han llegado contactos de diferentes lugares de América, como Cuba".



Internacionalizan dulces regionales.

Sin embargo, a pesar de que los chongos zamoranos Tres Reyes llegan a Estados Unidos, no se distribuyen en toda la República Mexicana. "Aún no llegamos al Sureste, lo intentamos una vez, pero los costos de transporte eran muy elevados, nos costaba más enviarlo que lo que íbamos a cobrar por ello".

Brasil y México, del Acuerdo de Complementación Económica No. 55 celebrado entre el Mercosur y México.

SHCP

Anexos 1, 5, 7, 8, 9, 10 y 11 de la Cuarta Resolución de Modificaciones a la Resolución Miscelánea Fiscal para 2008.

13 de febrero Comisión Federal de Competencia

Extracto del Acuerdo por el que inicia la

investigación por denuncia identificada bajo el número de expediente DE-148-2008, por prácticas monopólicas relativas al mercado de la venta de botanas saladas.

16 de febrero Secretaría de Economía

Declaratoria de vigencias de diversas normas mexicanas referentes a la industria del plástico, productos eléctricos, materia ambiental, lácteos y laboratorios clínicos.

17 de febrero Secretaría de Economía

Acuerdo que da a conocer los cupos para importar productos originarios y provenientes de Cuba, Panamá y Perú.

Acuerdo que da a conocer el cupo para internar a la Comunidad Europea, lomos de atún originarios de México.

18 de febrero Secretaría de Economía

Aviso de la conclusión a la investigación

antidumping sobre importaciones de piemas de cerdo, originarias de Estados Unidos, independientemente del país de procedencia, con número de expediente MEX-USA-2006-1904-01.

18 de febrero SHCP

Anexo 16 de la Cuarta Resolución de Modificaciones a la Resolución Miscelánea Fiscal para 2008, publicada el 30 de enero de 2009.