



Exporta 100% de su producción.

CIM Jewelry le saca brillo a la plata

CÉSAR PINEDA

Uno de los productos más representativos de México en los mercados internacionales es la plata, mineral en el que CIM Jewelry ha cimentado su historia y su negocio, ya que a 14 años de distancia de su fundación, esta joyera de la Ciudad de México es de esas pocas empresas que destinan el 100% de su producción a la exportación.

Con un volumen anual que ronda entre los 500 y 600 kilogramos de este metal precioso, María del Carmen Cabrera, directora general de CIM Jewelry, explicó el motivo por el cual un producto tan mexicano como lo es la joyería de plata, sólo es comercializable en el extranjero: "Nos hemos orientado a mercados con un mayor poder adquisitivo y menos competencia", refirió.

Actualmente, los productos de CIM Jewelry, que se encuentran bajo la marca Sol o Plata y la colección Esoterika, se venden en España, Estados Unidos, Irlanda, Inglaterra, El Salvador, Argentina, Japón, Bélgica, Holanda, Alemania, Portugal, Canadá e Islandia.

Cabrera Cisneros reconoce que la plata "es un negocio muy noble" y que al elaborar piezas de joyería con insumos 100% mexicanos, les permite acceder fácilmente a los países con los que México sostiene tratados de libre comercio. Sin embargo, acepta que plateros de Tailandia y la bisutería proveniente de China se han convertido en feroces competidores.

"Desde la entrada de China a la Organización Mundial del Comercio (OMC) el mundo se ha visto invadido por sus productos. Afortunadamente mientras la bisutería ataca el terreno de los grandes volúmenes, con la plata nosotros atacamos nichos y en éstos lo que cuenta para competir son las propuestas de diseño y el posicionamiento de las marcas", concluye.

HISTORIA DE ÉXITO

Señor Molletes es más que pan, frijoles y queso

DIDIER RAMÍREZ

Invocar a la tradición mexicana es la principal apuesta de Señor Molletes, franquicia que inició como tal en 2007 y que ahora busca competir frente a otros platillos típicos del *Fast Food*. Incluso, buscan cambiar el concepto de la que la tradicional receta del pan embarrado con frijol, aderezado con queso y salsa es más que un platillo que se sirve sólo por la mañana o como cena.

Eduardo Sierra, director general de Señor Molletes, recuerda que este negocio tiene su antecedente desde hace más de 30 años en una fuente de sodas en Durango, Durango, donde el menú fuerte siempre fueron los molletes. El detonante para multiplicar el concepto fue incorporar 17 variedades a este platillo y romper el paradigma de ser únicamente un bolillo con frijoles y queso, al agregarle jamón, tocino, verduras, incluso con ingredientes típicos de otros países que llevan a nombrar a la mezcla alimenticia como Cubano, Brasileño, Argentino, Español, bueno hasta Norteño, Toluqueño y Vegetariano, según el gusto del comensal.

Así, una vez que se ha logrado apuntalar el concepto de la venta de molletes y otro tipo de alimentos que complementan el menú, esta empresa se ha dado a la tarea de vender un modelo de franquicia, lo cual según describió Sierra, es una labor encaminada a convencer a inversionistas del futuro de este esquema y la oportu-



Negocio familiar crece como franquicia.

tunidad de conquistar el territorio nacional, ya que hasta ahora únicamente se cuenta con nueve establecimientos, con el objetivo de cerrar este año con 20 y así ubicarse en al menos 10 estados del país.

Para ello, no sólo calificaron para recibir el apoyo del Programa Nacional de Franquicias de la Secretaría de Economía, sino que ahora buscan un esquema propio de financiamiento para

apoyar al 100% la cuota de franquicia, que al final se traduce en obtener un crédito de hasta 23% del total de la inversión que se requiere para iniciar este negocio.

Por ahora Señor Molletes cuenta únicamente con modelos de negocio: el concepto *Fast Food* y la variedad de Restaurante, pero ya se trabaja en otros proyectos que planean implementar en el 2010.



¡En la... Madre!

Los pequeños comercios de la Ciudad de México registraron una derrama de 200 millones de pesos con motivo de los festejos del "Día de las Madres", cifra 50% menor comparada con la que obtuvieron el año pasado, según datos de la Cámara Nacional de Comercio y Turismo en Pequeño (Canacope). La restricción sanitaria en restaurantes y el poco tiempo disponible para anunciar promociones fueron las causas principales que provocaron esta baja. Por César Pineda.

Avisos publicados en el DOF relativos a comercio



28 de abril Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)

Segunda Resolución de modificaciones a la resolución en materia aduanera del Tratado de Libre Comercio entre México y los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio y sus anexos 1 y 2.

Secretaría de Economía

Acuerdo que da a conocer notas explicativas a que se refiere el artículo 37 del Anexo 1 del Tratado de Libre Comercio entre México y los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC).

Acuerdo que da a conocer la Decisión No. 1 de 2008 del Comité Conjunto AELC-México.

29 de abril Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior para 2009.

2 de mayo Secretaría de Salud

Decreto por el que se exime del pago de contribuciones al comercio exterior para hacer frente a la situación de contingencia sanitaria provocada por el virus de influenza.

4 de mayo Secretaría de Economía

Declaratoria de vigencia de diversas normas mexicanas.

6 de mayo Secretaría de Economía

Decreto por el que se aprueba el Acuerdo entre el Gobierno de México y de China para la promoción y Protección Recíproca de las Inversiones, firmado en la ciudad de Beijing.

7 de mayo Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Decreto por el que se otorgan beneficios fiscales a los contribuyentes que se indican, con motivo de la situación de contingencia sanitaria provocada por el virus de influenza.

COMERCIO ON LINE

Fuente: Directo Web

Guía de información especializada en negocios y comercio internacional

Administración General de Aduanas de China

<http://english.customs.gov.cn/default.aspx>

Banco Central Europeo

<http://www.ecb.int/home/html/index.en.html>

Buró de Estadísticas de Australia

<http://www.abs.gov.au/>

Calendario de ferias y exhibiciones a nivel mundial, principalmente Asia

<http://www.allworldexhibitions.com/>

Directorio de Importadores y Exportadores de Asia

<http://www.asiannet.com/>

Directorio de importadores y exportadores de Latinoamérica.

<http://www.aaccla.org/custom404.asp?404:http://www.uschamber.com/amchams/index.asp>

Instituto Nacional de Estadísticas de Chile

http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/home.php

Instituto Nacional de Propiedad Industrial de Brasil

<http://www.inpi.gov.br/>

Oficinas de patentes y marcas en Alemania

<http://www.deutsches-patentamt.de/>

Oportunidades comerciales a nivel mundial

<http://www.allactiontrade.com/>