

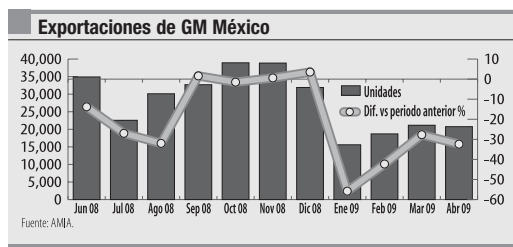
Descenso prolongado en exportaciones

GM México libra la quiebra

DIDIER RAMÍREZ

La decisión de General Motors (GM) de apearse al Capítulo 11 de la Ley de Quiebras en Estados Unidos hasta ahora no prevé afectaciones a su subsidiaria en México, como pudiera ser el cierre de alguno de sus complejos industriales en el país, incluso el proyecto de la "Nueva GM" figura como una de las operaciones rentables; sin embargo, no se mantiene ajeno a la caída que ha enfrentado la corporación en la región de Norteamérica.

Al inicio de este mes, Fritz Henderson, presidente de General Motors Corporation, precisó que México no estaba incluido en



la situación que afrontaba la corporación en Estados Unidos y Canadá, referente a la quiebra, aunque al mismo tiempo aceptó la afectación de las operaciones en nuestro territorio por la caída en la demanda de la región.

Y es que con base en las estadísticas de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA), se obtiene que en el acumulado al pasado mes de abril, GM destinó el 76% de su producción al mercado exterior, y de ello, 91%

se dirigen a Norteamérica, por lo cual es de entenderse que durante este año las exportaciones se encuentren contraídas en cerca del 40%, contribuyendo al descenso de 42% en la producción.

Los descensos en los niveles de demanda han motivado que algunos de sus complejos industriales como Toluca, Estado de México y Ramos Arizpe, Coahuila, hayan tenido que incurrir en paros técnicos; aunque Mauricio Kuri, director de Relaciones Públicas y Gubernamentales de GM México, descartó que por la reestructuración se genere el cierre de planta en nuestro país, como sí sucederá en Estados Unidos donde habrán de dejar de operar 11 instalaciones.

Libre Abordo



Vigilan la carne

Los controles sanitarios para la entrada en México de carne de importación se han vuelto más exhaustivos, después de que una auditoría interna demostrara que en algunos puntos fronterizos las inspecciones eran poco estrictas e, incluso, se detectarían casos de corrupción, informó la Secretaría de Agricultura. La dependencia señaló que el endurecimiento de las revisiones no conlleva ningún tipo de restricción a las importaciones cárnicas y que la medida cumple con las normas vigentes.

Ampliar TLC con Colombia

Durante su visita a Colombia, el presidente de México, Felipe Calderón, informó que ambos países quieren ampliar su Tratado de Libre Comercio (TLC) bilateral. El mandatario mexicano consideró que el comercio entre ambas naciones en la actualidad es muy dinámico, por lo que se busca ampliar la entrada de ciertos productos, como los lácteos. La inversión mexicana en Colombia es de 450 millones de dólares al año, mientras que la de los colombianos es de 38 millones de dólares en México.

Caen exportaciones de café

Las exportaciones de café de Colombia, México y Centroamérica durante el mes de abril fueron de 2.38 millones de sacos de 60 kilos, es decir, un volumen 18.2% menor que el registrado en el mismo mes de 2008, según información de la Asociación Nacional del Café de Guatemala (Anacafé). Las ventas al exterior acumuladas durante la cosecha actual, de octubre a abril, ascienden a 15.51 millones de sacos, lo que representa 7.9% menos que en el periodo anterior.

Enferman al ajo

Los productores de ajo del país advirtieron que debido al brote de Influenza A H1N1 les cancelaron 27 contenedores que tenían como destino Europa y Estados Unidos. Este problema se une a la saturación del mercado nacional que vienen sufriendo debido a la importación de producto chino, por lo que solicitaron que se suspendan los pedidos hasta que la situación se normalice. Los productores señalaron que la entrada ilegal en el país de ajo asiático se produce por las fronteras norte y sur.

Estrategia comercial y de calidad de Grisi

Desenreda el mercado externo

DIDIER RAMÍREZ

Apoyándose en procesos de alta calidad y en una identificación precisa del comportamiento de los mercados externos, Grisi mantiene su actividad de exportación compitiendo por la demanda internacional de sus productos como shampoo, cremas, jabones, línea farmacéutica y veterinaria.

Juan Manuel Garavito, gerente de exportaciones de Grisi, comentó que aunque es una realidad que el consumo internacional ha descendido, sus volúmenes de exportaciones no se han visto tan afectados por estas caídas, gracias a la estrategia comercial que se ha definido.

Entre los elementos que sobresalen de este trabajo está el mantener un contacto permanente y directo con sus socios comerciales que tiene en los diversos países. El contacto con los distribuidores es básico no sólo para hacer más sólida esta relación, sino para identificar las necesidades de consumo en cada territorio.

Así es como se definió el realizar ofertas amadas en el mercado europeo y enfocarse directamente al sector hispano en Estados Unidos, como una medida para mantenerse en la preferencia de los consumidores, quienes identifican que los productos tienen

un valor agregado, comentó Juan Garavito.

Adicionalmente se ha tenido que invertir en posiciones estratégicas en los puntos de venta como los supermercados o cadenas comerciales, para estar accesibles a las decisiones de compra de los consumidores.

No obstante, no sólo se trata de una política comercial, agregó Garavito, también ha contribuido la calidad de los productos con que cuentan, y que gracias a ello se ha logrado tener consumidores cautivos, como en Estados Unidos, en donde su producto Ricitos de Oro está colocado dentro de los cinco shampoos de mayor consumo para el nicho de bebés.

Los procesos de calidad de Grisi le llevaron a obtener el Premio Nacional de Exportación en 1995, y posteriormente a alcanzar la certificación ISO 9001:2000, y en donde esta forma de trabajo le ha significado el mantener un alto nivel de recompra de sus productos tanto en México como en el extranjero.

Grisi exporta en promedio el 20% de su producción total, siendo Estados Unidos y Europa los mercados que captan entre 70 y 80%, en tanto que el resto es enviado a regiones como Latinoamérica, en países como Honduras, República Dominicana, Salvador y Puerto Rico, entre otros.

Surge Pepito el de los chistes, pero "fresa"

Pepito, el pícaro personaje que nadie ha visto y todos conocen a través de los chistes será una realidad en película, luego de una inversión de 30 millones de dólares para su desarrollo comercial. Solo que el personaje

perderá las características populares que lo distinguen: cínico y alburero, por uno travieso y bromista, que "siempre tendrá valores más importantes como el respeto, la unión familiar, honestidad y responsabilidad", dijo Francisco Santos, presidente de Pepito Project. Grupo Lala es el primer patrocinador con una inversión de 20 millones de pesos. Actualmente hay una convocatoria vía Internet para encontrar el personaje real que dará vida al animado en una película que incluye de entrada el personaje animado. Se planea la creación de juegos de video y artículos promocionales como parte de la estrategia de mercadotecnia.

Por Enrique Torres



Se dice en el mercado



POR EL MARCHAN-T Paradojas de la vida

Hace unos cuantos años, cuando la actual **subsecretaria** de

Negociaciones Comerciales Internacionales, Beatriz Leycegui,

coordinó la publicación de un libro que hablaba sobre las prácticas desleales del comercio internacional, y que fue titulado "Comercio a Golpes", ni siquiera le pasó por la mente que su obra literaria se haría realidad. Y es que los reclamos e inconformidades con la dependencia que encabeza **Gerardo Ruiz Mateos** van en ascenso, pues quienes participan en el

comercio exterior siguen sin concebir el hecho de que por no permitir el acceso a camiones mexicanos en Estados Unidos, en contraparte el ejecutivo de este lado del Río Bravo haya determinado aplicar aranceles a vinos, alimento para perros y gatos, desodorantes y otros más de 80 productos. El concho ha llegado a tal grado que ya se libran las primeras batallas en tribunales para buscar revertir la medida, y en donde las negociaciones corren a

cargo de Leycegui, quien quizá bien tendrá que poner en práctica uno que otro postulado incluido en su obra literaria.

La calamidad

Quien ya se ha vuelto un habitual de esta sección es el **secretario de Hacienda, Agustín Carstens**, quien dijo en días pasados que él "sí se atrevía a decir" que la responsabilidad de la crisis la tuvo Estados Unidos por no haber rescatado a

Lehman Brothers. No sólo eso, ahora la crisis ya no es un catarrito, ni una gripe, ni siquiera una influenza. La crisis, a partir de hoy, es una "calamidad". Eso sí, señaló que ya está pasando y que desde este momento y hasta finales de año, si bien se verá una caída en producción y ventas, ésta será cada vez menor. En este Marchan-T, estaremos atentos a la próxima ocurrencia del 'secre', creo que le vamos a dar hasta calendario.