

Creatividad ante la crisis

# A falta de pan... Corona de la Independencia

DIDIER RAMÍREZ

Como una medida para capitalizar en su sector la fiebre que existe por el bicentenario de la Independencia de México, el gremio panadero lanzará para estas Fiestas Patrias su Corona de la Independencia, misma que tiene por efecto incrementar el consumo en su sector a través de una oferta innovadora.

Leopoldo González, presidente de la Cámara Nacional de la Industria Panificadora (Canainpa), refirió que en los más de 30 mil establecimientos que existen en el país se estima vender durante las festividades de septiembre cerca de 60 mil piezas diarias de esta Corona, lo que favorecerá en incrementar el consumo de pan en el país, mismo que si bien no ha descendido, se ha mantenido en los



Corona de la Independencia.

mismos niveles con un consumo de 5.1 millones de toneladas de harina de trigo.

Se espera que la alternativa sirva para paliar los incrementos en costos que ha sufrido el sector, y que si bien han

sido hasta en más del 100% como el azúcar, sólo han podido repercutirlo entre 20 y 50 centavos por pieza, que no representan más del 15% de aumento.

Los empresarios panaderos estiman

que con esta Corona podrían tener un ingreso adicional, ya que se estima que cada pieza en su versión de dulce, similar a la Rosca de Reyes, podría oscilar entre 80 y 100 pesos, mientras que la salada que incluye otro tipo de condimentos como papa, chorizo y queso, podría encontrarse en las panaderías en alrededor de 120 pesos.

Adicionalmente buscarán hacer frente a lo que califican como competencia desleal por parte de algunas tiendas de autoservicio, quienes utilizan el precio del pan reducido para atraer a los consumidores a sus establecimientos.

El sector panadero plantea que la Corona de Independencia se convierta en un producto de consumo temporal, tal y como sucede con la Rosca de Reyes o Pan de Muerto.



Chiapanecomóvil corre por clientes.

HISTORIA DE ÉXITO

## El sabor del café sobre ruedas

KARLA CALDERÓN

Con una década a cuestas, Café Chiapaneco, empresa familiar productora de café, ha logrado mantenerse en el mercado gracias a la creatividad. Desde hace cinco años, implementó un modelo de venta sobre ruedas: el "chiapanecomóvil", un vehículo en el que se comercializan hasta 200 tazas de café al día.

"Resulta mejor que una cafetería establecida, porque no se invierte en sillas, ni en mesas, ni en luz, simplemente se lleva el café y se vende a quien lo desee", comentó Demetrio Rivera Nava, director general de Café Chiapaneco.

Cuentan con tres unidades, ubicadas en el Distrito Federal plantel Xochimilco, en Aguascalientes y Tampico.

Según Rivera Nava, este sistema tiene el objetivo de llevar hasta los

consumidores un café de grano orgánico con calidad de exportación y a un buen precio. "Hay necesidad de acercar el café a la gente", consideró.

A pesar de la crisis económica, Café Chiapaneco ha procurado mantener en 12 pesos la taza de café, precio que consideran accesible a cualquier bolsillo.

Además de este medio de comercialización, esta empresa vende su producto a cafeterías independientes y exporta pequeños volúmenes (alrededor de una tonelada al año), a Helsinki, en Finlandia, y a Tel Aviv, en Israel.

La razón de que el café mexicano viaje hasta esos lugares es muy simple: "son quienes se han acercado a nosotros", mencionó Rivera Nava. Cabe destacar que el café que se produce en Chiapas se exporta principalmente a Alemania.

Invertirán 5 mdp en producción y promoción

## Busca Mezcal Tepalki incursionar en Europa

PURI LUCENA

Pese a que el año pasado fue complicado para Mezcal Tepalki, pues sus ventas cayeron entre 30 y 40%, 2009 supondrá la recuperación del sector e incluso, cerrará con un incremento de 10%. A ello contribuirá el consumo estimado con motivo de las fiestas patrias, que aumenta hasta en 50% respecto al resto del año, confirmó el director comercial de la empresa, Eduardo Márquez.

Mezcal Tepalki invertirá este año cinco millones de pesos de los que dos millones serán para mejorar sus procesos de producción y el resto, para campañas de promoción, especialmente en Europa, a donde esperan llegar con su producto a finales del mes de noviembre.

El objetivo de la compañía es dar una imagen moderna y sofisticada del mezcal, que aunque es elaborado siguiendo procedimientos artesanales, se aleje del concepto de bebida tradicional para entrar a un mercado acostumbrado a bebidas como el whisky y el coñac.

Actualmente, la empresa produce entre cinco y siete mil litros mensuales, de los que 10% se exportan a California, Estados Unidos. La meta es distribuir a mediano plazo esta misma cantidad en el Viejo

Continente, concretamente en Alemania, Rusia y los países del Este. "Estamos acostumbrados a que el mezcal se exporta a granel a otras partes del mundo y ahí lo envasan y etiquetan. El chiste es que los productos mexicanos se posicionen con su propia marca", explicó Márquez.

Pese a las normativas de calidad, especialmente en materia de productos alcohólicos, el principal obstáculo para lograr una exportación exitosa, a decir de Márquez, es la política de apoyos en México. "Muchas veces no nos llegan los apoyos, están ahí en papel o los recursos están en las instituciones, desde Aserca hasta ProMéxico, el problema es que no nos llegan".



Darán marca propia al mezcal.

Anaquel



Bimbo, al baile de samba

Bimbo Brasil, líder en panificación industrial en el continente americano, inauguró una planta en el estado de Bahía, a fin de ampliar el parque industrial, calificar la logística de la distribución y poner a disposición del consumidor productos más frescos. La compañía cuenta con seis plantas en el país carioca, más de 100 en 18 países.

Vende Sony una de sus teles

Sony Corp. venderá el 90% de su principal fábrica de televisores en Norteamérica, ubicada en Tijuana, Baja California, a la empresa hongkonesa Hon Hai Precision Industry. A través de un comunicado, la firma, quien no informó del precio de la venta, señaló que si bien no afectará a su balance financiero, la operación es parte de sus esfuerzos por reducir costos dejando sus operaciones de manufactura en manos externas a la compañía. Los tres mil 300 trabajadores de la planta no se verán afectados por el cambio.

Le meten billete al papel

La empresa de tecnología National Cash Register (NCR) inauguró una planta de impresión y corte de papel en Nogales, Sonora, que contempla una inversión de 20 millones de dólares a aplicarse en cinco años y la creación de entre 100 y 150 empleos directos. La fábrica transformará rollos de papel impresos y sin impresión, especialmente los utilizados en cajeros automáticos, cajas registradoras o boletos para aerolíneas. Su producción se dirigirá a la costa oeste de América del Norte.

Cemex versus Venezuela

La unidad inglesa de Cemex abrió un nuevo frente legal contra Venezuela ante el centro de disputas del Banco Mundial por la expropiación de los buques panameños de la empresa mexicana. Además, a través de un comunicado, la cementera señaló que ya se conformó el panel para resolver la expropiación de las plantas en el país sudamericano. Cemex solicitó el arbitraje contra el gobierno de Hugo Chávez ante el Centro Internacional para la Solución de Disputas de Inversión (ICSID), por sus siglas en inglés) del Banco Mundial.

Avisos publicados en el DOF relativos a comercio



Administradora del TLC entre México, Colombia y Venezuela, por la que se adopta el procedimiento general para el envío y recepción de certificados de origen digitales.

3 de septiembre

Secretaría de Economía

Inicio de la revisión de las cuotas compensatorias definitivas impuestas a las importaciones de policloruro de vinilo originarias de Estados Unidos. Procedimiento relacionado

con las cuotas compensatorias a las importaciones de gatos hidráulicos tipo botella con capacidad de carga de 1.5 a 20 toneladas, originarias de China.

4 de septiembre

Secretaría de Economía

Resolución que declara el inicio de la investigación antidumping sobre las importaciones de tubería de acero sin costura, originarias de China.

7 de septiembre

Secretaría de Economía

Acuerdo por el que se da a conocer el cupo y mecanismo de asignación para importar azúcar originaria de Nicaragua.

Acuerdo por el que se da a conocer el cupo y mecanismo de asignación para importar azúcar clasificado en las fracciones 1701.11.01 y 1701.11.02 de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación en 2009.

8 de septiembre

Secretaría de Economía

Aviso mediante el cual se solicitan comentarios respecto a una posible adecuación de las reglas de origen específicas establecidas en diversos tratados de libre comercio celebrados por México.

Acuerdo por el que se implementa una medida de transición temporal sobre las importaciones originarias de China

31 de agosto

Secretaría de Economía

Acuerdo por el que se da a conocer la Decisión No. 53 de la Comisión