

Como espuma subiría 11% el precio al consumidor

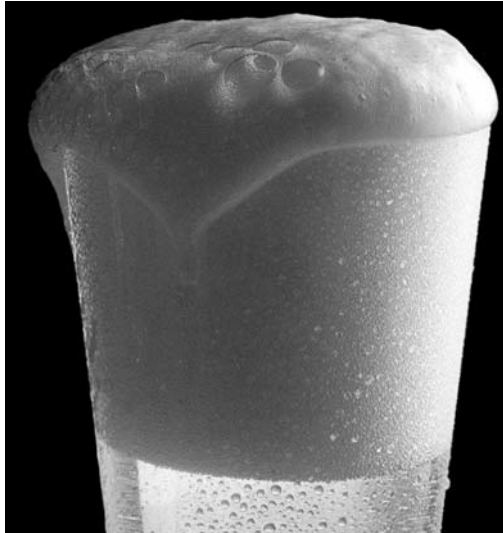
Cerveceras resentirían subida de impuestos

PURI LUCENA

La propuesta del Gobierno Federal de aumentar de 25 a 28% el Impuesto Especial sobre Productos y Servicios (IEPS) a la cerveza a partir de 2010 y hasta 2012 impactaría en un incremento aproximado de 11% en el precio al consumidor de este producto, advirtió el vicepresidente de Grupo Modelo, Valentín Díez Morodo, lo que, de reflejarse en menores ventas, llevaría a realizar ajustes en la planta laboral de la industria.

El también presidente del Consejo Mexicano de Comercio Exterior (Comce) explicó que si bien en estos momentos aún se encuentran negociando con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y el Congreso de la Unión el paquete fiscal, de salir adelante el impuesto afectaría de manera significativa al sector, que genera 60 mil empleos directos y más de 200 mil indirectos.

“Estos incrementos no pueden ser tan grandes (como para) que puedan afectar la base de los que ya están



Si baja consumo, se afectará planta laboral.

pagando impuestos”, replicó. Por ello, el directivo se posicionó a favor del impuesto del 2% al consumo, ya que, señaló, es una medida para ampliar la

base de contribuyentes a través de los que actualmente operan en el sector informal, “para que todos seamos tratados de la misma manera”.



La propuesta no contempla cambios estructurales.

Paquete económico 2010 no contempla comercio exterior

LUIS ALBERTO ZANELA

El presidente del Instituto Mexicano de Ejecutivos en Comercio Exterior (IMECE), Manuel Díaz Sánchez, lamentó que la propuesta del paquete económico 2010 no contemple cambios estructurales en materia de comercio exterior e indicó que las propuestas del gobierno “no son las que esperábamos y pueden propiciar la falta de competitividad en la materia”.

En el marco de la 5ª Convención Anual del IMECE, Díaz Sánchez aseguró también que el alza en impuestos como lo plantea el Presidente impedirá el desarrollo de la economía, ya que “los países que más se desarrollan son los que tienen menos impuestos y pareciera que aquí se piensa al revés” lamentó.

Por ello, instó al gobierno a fortalecer el mercado interno para que las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) puedan seguir contribuyendo a la economía nacional, ya que, recordó, dichas industrias son el sostén del comercio exterior, no las grandes empresas exportadoras.

Por otra parte, criticó que México siga abierto en materia de aranceles, lo que lo convierte en un país “cero competitivo” y lo pone en desventaja contra otras naciones. “Es necesario analizar por qué otros países como China y Brasil suben aranceles y nosotros seguimos abiertos”.

Otro de los problemas en materia de competitividad que enfrenta el país tiene que ver con las tasas de financiamiento, que en México es de 12 y 16%, mientras que en otros países son tan solo de 2 por ciento.

HISTORIA ÉXITO

Tamales calentitos... a Estados Unidos

PURI LUCENA

Todo comenzó con un comercial en televisión local. Luego de heredar el negocio familiar de sus suegros, Carlos Arturo Contreras decidió que un poco de publicidad no le vendría mal para impulsar la pequeña empresa Fábrica de Tamales El Refugio, ubicada en el centro de Guadalajara. El comercial llegó, vía cable, hasta Estados Unidos, de donde le contactó un importador interesado en el producto.

Durante cinco años, la compañía exportó al país vecino del norte cinco palets diarios, aproximadamente 12 mil 500 tamales, envasados al vacío y etiquetados bajo la marca mexicana Fábrica de Tamales El Refugio, para lo

que debieron obtener la certificación de la Administración de Alimentos y Fármacos estadounidense (FDA, por sus siglas en inglés).

Sin embargo, un problema familiar detuvo las operaciones en el exterior de la empresa, lo que provocó la pérdida del contrato. Así, durante los últimos cinco años Contreras ha buscado que sus tamales entren de nuevo a Estados Unidos, algo que podría lograr a partir del próximo mes, esta vez a través de la empresa Jicomex, una firma estadounidense asentada en Mexicali, Baja California. “Nos contactaron igual por un comercial en televisión”.

En una primera etapa, El Refugio maquilará para Jicomex aproximadamente cinco palets de tamal de elote, si



La meta es exportar la marca propia.

bien aún están cerrando las negociaciones y más adelante se podría aumentar la gama. “Ahora, elaboraremos el producto de acuerdo a sus normas, tomando en cuenta su diseño y etiqueta”, explicó.

Sin embargo, el objetivo sigue siendo volver a exportar bajo marca propia. “Pero para eso necesitamos recursos, para poder comprar maquinaria y expandirnos. Así que ahora este negocio es nuestra mejor alternativa, ya que somos muy pequeños para todo lo que se necesita”.

Migración digital: tema pendiente entre empresarios mexicanos

KARLA CALDERÓN

La migración digital aún está muy enfocada en los procesos internos de las empresas mexicanas y no en los externos como las ventas digitales o en la utilización de dispositivos móviles para acciones como abastecimiento, publicidad y rastreo geográfico, mencionó Miguel Ángel Peralta, director general de AMECE GSI, durante la presentación del estudio *La alta dirección en México, frente al reto de la innovación*, realizado por este organismo en conjunto con la empresa consultora Accenture.

El representante de AMECE GSI dijo que la migración digital fue uno de los temas incluidos en el análisis y se encontró que sólo poco más de la mitad de los empresarios mexicanos utiliza las ventas digitales. Además, sólo uno de

cada cinco clasificó como de alta prioridad el uso de dispositivos móviles como medio de pago (18%).

Ante este panorama, Miguel Ángel Peralta aconsejó utilizar más la tecnología a favor del negocio y no sólo de la gestión. Explicó el alto potencial que posee el comercio móvil, ya que a nivel mundial existen alrededor de tres mil millones de teléfonos celulares. En el caso de México, alrededor del 70% de la población posee uno.

Cabe destacar que el estudio se basó en una encuesta realizada a 150 directivos de grandes y medianas empresas, además de organizaciones mexicanas. Incluyó como muestra a los siguientes sectores: 52% productos de consumo, 17% gobierno, 9% servicios financieros, 9% servicios, 9% otros sectores y 4% comunicaciones y tecnología.

Avisos publicados en el DOF relativos a comercio



18 de septiembre Secretaría de Economía

Acuerdo por el que se da a conocer el cupo adicional y el mecanismo de asignación para importar azúcar en 2009.

Acuerdo por el que se da a conocer el cupo adicional y el mecanismo de asignación para importar azúcar originaria de la República de Nicaragua en 2009.

21 de septiembre Secretaría de Economía

Resolución que resuelve el recurso de revocación interpuesto por Quimic, S.A. de C.V. en contra de la resolución final de la investigación sobre elusión del pago de la cuota compensatoria definitiva impuesta a las importaciones de ácido estéarico, originarias de EU, independientemente del país de procedencia, publicada el 21 de noviembre de 2008.

22 de septiembre Secretaría de Economía

Resolución de la dependencia por la que se da cumplimiento a la sentencia del día 27 de noviembre de 2006 emitida por la Séptima Sala Regional Metropolitana del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa en el juicio 2029/05-17-07-8 promovido por Distribuidora Liverpool, S.A. de C.V.

24 de septiembre Secretaría de Economía

Resolución que da a conocer los nombres de los titulares y números de programas de la industria manufacturera, maquiladora y de servicios de exportación cancelados. Modificación del inciso 0, el encabezado de la Tabla 13, el último párrafo del Anexo B y el apartado Signo decimal de la Tabla 21 de la NOM-008-SCFI-2002.

14 de septiembre Secretaría de Economía

Convocatoria para participar en el Premio Nacional de Exportación 2009.