

## Warner Bros. apuesta por licencias

KARLA CALDERÓN

El 2010 pinta bien para Warner Bros. Consumer Products México, división especializada en comercializar licencias, ya que seguirá impulsando su marca más importante, Looney Tunes, además hará lo propio con el negocio de deportes, ya que posee las licencias de la Selección Mexicana de Fútbol, Barcelona, Juventus y Manchester, incluso del Consejo Mexicano de Lucha Libre.

De acuerdo con Mayra Porraz, directora de marketing de Warner Bros. Consumer Products México, la importancia de la firma a nivel mundial llevó a que dichos clubes deportivos se acercaran a ella para que los representara, y ya que el 2010 será "futbolero", esperan grandes éxitos.

Otras licencias a las que les auguran una gran victoria el próximo año son Harry Potter y Scooby Doo.

Según la representante de Warner, el tener un producto licenciado le permite a una empresa promocionar algún nuevo producto o servicio.

Este año la oficina de esta división de Warner en México, cumplió una década de existencia. Según Porraz, una de las fortalezas de la firma son sus marcas. "Tenemos marcas súper poderosas para participar en este negocio, dirigidas a todas las edades, gustos y preferencias", dijo.

Entre las empresas que han adquirido sus licencias destacan Mattel, Ferrero, Panini, Planeta De Agostini y Lego. "Hay temporadas en las que nos asociamos con empresas como McDonald's, Burger King, Sabritas y Sonic's para hacer diferentes promociones con nuestros productos", refirió. Con respecto a las temporadas fuertes para la división, explicó, estas son Navidad, el mes de abril y el regreso a clases.



En México, 6 de cada 10 prendas que se comercializan tienen un origen ilegal.

El comercio ilegal capta 13 mil mdd al año

# Contrabando rasga a industria del vestido

DIDIER RAMÍREZ

A causa de la piratería, contrabando bronco y contrabando técnico, en México 6 de cada 10 prendas que se comercializan tienen un origen ilegal, desplazando a los productores y comercializadores formales, quienes piden al Gobierno, se refuercen las medidas de inspección y seguridad.

Georgina Chávez, directora general de la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CNIV), refirió que con base en un estudio realizado por Trendex, el valor de mercado de prendas de vestir alcanza los 21 mil millones de dólares (mdd), de los cuales, el comercio ilegal capta al menos 13 mil mdd.

Simón Feldman, presidente de la

CNIV, refirió que a través del programa planteado por la industria, denominado "Decálogo para la Competitividad de la Industria del Vestido", se pide a las autoridades que se intensifiquen los operativos de revisión y fortalecimiento de aduanas, a fin de impedir el ingreso de mercancías ilegales que desplacen a productores nacionales.

Agregó que para este 2009 la producción de la industria nacional se estima en 34 mil 800 millones de pesos, lo que significará una caída del 7% con respecto a lo alcanzado en 2008. En tanto, la perspectiva de producción para el primer trimestre de 2010 es que la tendencia siga a la baja, con -8.6%, de ahí la importancia de limitar el comercio de mercancías ilegales.

La cadena industrial textil —vestido— cuero, representa 5% del Producto Interno Bruto (PIB) Manufacturero, y dentro de ella, el segmento de vestido es el que más aporta, con 2.5% del porcentaje referido.

En tanto, en números de empresas, la cadena significa 10% del total del PIB Manufacturero, y al interior de la misma, el vestido cuenta con 81.6% del total de unidades económicas, que se traduce en nueve mil 380 empresas, de las cuales más del 90% son Pequeñas y Medianas (Pymes).

Bajo este panorama, y luego de que por las condiciones del mercado, la situación económica y el aparato tributario 700 empresas hayan dejado de operar, Simón Feldman solicitó al gobierno que se atiendan sus demandas.



## Propone VSB a Panalpina

El operador logístico Panalpina fue propuesto por la firma VSB, creada tras una alianza estratégica entre el grupo francés Vallourec y el japonés Sumitomo Metals Industries, para manejar el 100% de la carga de su nueva planta ubicada en el estado de Minas Gerais, Brasil. Más allá de la gestión de mercancías, Panalpina será responsable del seguimiento y rastreo de la carga y también se encargará de la logística nacional, con un equipo en el sitio. Cabe destacar que Vallourec y Sumitomo Metals Industries empezaron la construcción de la planta industrial con una inversión prevista de \$1, 6 mil millones de dólares.

## ICTS en TEC II de Manzanillo

La empresa de origen filipino International Container Terminal Services (ICTS) resultó ganadora de la licitación para la construcción y operación de la nueva Terminal Especializada de Contenedores (TEC) II en Manzanillo, Colima, según informó la Coordinación General de Puertos y Marina Mercante de la Secretaría (Ministerio) de Comunicaciones y Transportes (SCT). En la construcción y equipamiento de esta infraestructura portuaria se invertirán unos 563 millones de dólares. El TEC II de Manzanillo, tendrá capacidad para manejar alrededor de dos millones de contenedores al año.

## Se instala GSE

La firma francesa GSE, especializada en la construcción de naves industriales, anunció la construcción de varios proyectos, sobre todo, en el norte del país, informó Paul Antonio Schneuer, director de desarrollo de cuentas clave de la compañía. "En Nuevo León vamos a construir como cuatro o cinco naves de 200 mil metros cuadrados para Meridian 100, desarrollador de infraestructura como Centros Logísticos y Free Trade Zones".

## Reinaugura Axis Logística

Axis Logística, proveedor logístico en América Latina, anunció la reinauguración de su Centro de Distribución (Cedis) ubicado en Cuautitlán Izcalli, Estado de México, lo cual le permitirá brindar un mejor servicio a sus clientes, entre quienes destacan Subway y Lala. Marcelo Piriz, director general de la compañía en México, informó que el Cedis se amplió, modernizó y se optimizó el espacio. La inversión que realizó la firma fue de más de tres millones de dólares.

## Concentran 88% de las pérdidas a la industria CD's, ropa y calzado, los más buscados en la piratería

DIDIER RAMÍREZ

### Pérdidas por industria 2009

■ Millones de pesos

Industria	Pérdida
CD's/DVD's	\$570,600
Ropa	\$198,903
Calzado	\$78,177
Accesorios	\$46,182
Software	\$40,706
Juguetes	\$19,681
Celulares	\$5,658
Cosméticos	\$3,347
Cigarros	\$1,334
Medicamentos	\$74
Autopartes	\$27
Total	\$964,68

Los CD's/DVD's, la ropa y el calzado, concentran el 88% de las pérdidas que se estiman por la comercialización de productos piratas o falsificados, que se prevé en 2009 oscilará en 964 mil 689 millones de pesos (mdp).

Con base en la encuesta sobre "Hábitos de consumo de productos pirata y falsificados en México", realizada por la American Chamber of Commerce of Mexico (AmCham), las mayores pérdidas para la industria se generan en el Distrito Federal con 31.5 mil mdd del estimado para 2009, seguido de Puebla con 26.2 mil mdd, Guadalajara con 13

mil mdd y Monterrey con 11.6 mil mdd.

Además de la industria, según señala la AmCham, el erario también tiene una pérdida por la comercialización en este tipo de canal, ya que se dejan de percibir 125.7 mil mdd por concepto de Impuesto al Valor Agregado (IVA), 327.9 mil mdd por Impuesto Sobre la Renta (ISR) y cerca de 888 mdd en el caso de IEPS, motivado principalmente por la comercialización de cigarrillos apócrifos.

En el estudio realizado por IDM para AmCham, además se obtuvo que en función de que el 88% de la población aceptó consumir productos piratas, se proyectó que hacia 2015, la pérdida para la industria podría ubicarse

### Productos con mayor incidencia de compras de productos piratas

Categoría	2009
CD's/DVD's	94%
Ropa	14%
Calzado	13%
Software, vj, libros	10%
Accesorios (bolsos, etc.)	8%
Cosméticos, etc.	6%
Accesorios celulares	5%
Juguetes	4%
Cigarros, bebidas alcohólicas	1%
Medicamentos	1%

ligeramente por arriba del billón de pesos, lo que se traduciría en un incremento del 4.8% con respecto al estimado de 2009.

Por lo que hace al tipo de producto, la encuesta arrojó que la categoría de mayor incidencia de compra es la correspondiente a CD's/DVD's con 94%, seguida de ropa con 14% y calzado 13 por ciento.