

EDITORIAL

Negocio conveniente

El concepto no es nada nuevo, lleva en México desde 1976, sin embargo, en los últimos años han tenido un importante crecimiento. Son las tiendas de conveniencia, más conocidos entre el grueso de la población como los Oxxo, 7-eleven o Extra.

Estas tiendas ofrecen al consumidor mayor comodidad, y le brindan lo que quiere, donde lo quiere, a la hora que lo quiere. Es un plus cuando la vida diaria de la familia urbana se caracteriza por la carencia de tiempo y por mayores distancias del hogar a la escuela, la oficina, la fábrica o el negocio, la planeación de las compras se ha convertido en una necesidad y en un comportamiento propio de los tiempos modernos.

El concepto de minisúper o modernas miscelaneas, ofrecen lo mejor de dos mundos: la presentación del supermercado y la facilidad de ubicación de la tienda de la esquina.

Actualmente, las tiendas de conveniencia son un concepto de atención integral, que satisface además de las necesidades de consumo de sus clientes, valores agregados con la incorporación de servicios como venta de bebidas alcohólicas a toda hora, tarjetas de prepago para teléfono celular, comida rápida, y en algunos hasta pago de servicios, y si bien, algunos productos se venden con un margen adicional de precio al que se encuentra en otros establecimientos, la conveniencia amortiza esa diferencia.

Este concepto de negocio no sólo es valioso por lo que representa para sus consumidores, además, como en el caso de grupos como Femsa y Grupo Modelo, se han convertido en un bastión para sus operaciones, sobre todo en el primer caso, en donde sus más de cuatro mil 100 establecimientos representan el 9% del total de las ventas de la filial Femsa Cerveza.

Mientras, para Grupo Modelo, con sus Extra, ya representa el canal de venta más importante en el país para sus distintas marcas de cerveza, incluso por arriba de Oxxo.

En la actualidad, su número rebasa los seis mil establecimientos, pero la necesidad de consumo y las zonas pendientes por atender, lleva a los inversionistas en este ramo, a comprometer más de ocho mil establecimientos al final del 2007, amén de los esfuerzos por parte de algunos pequeños empresarios que, con base en el mismo modelo, lo hacen en lo individual.



BITÁCORA COMERCIAL

por OSIEL CRUZ

Viendo a Europa



El impacto de este desarrollo positivo de nuestro comercio exterior con Europa ya se está reflejando en los puertos mexicanos."

El comercio mexicano con la Unión Europea el año pasado, creció un sorprendente 23.21% al pasar de los 27 mil 613 millones de dólares a 34 mil 023 millones de la misma divisa, con lo cual el comercio exterior con ese país ya representa el 7.5% de nuestro total.

Aunque todavía es pequeño comparativamente con el valor que alcanza nuestro comercio con los Estados Unidos (69.5%), nuestro principal socio, es interesante ver cómo en el 2005 y en lo que va de este año el intercambio comercial con el viejo continente registra una tasa positiva tanto de ida como de vuelta, pero en mayor medida de ida, es decir, de exportaciones mexicanas a Europa, lo cual es un aliento sobre todo a la luz de un *cuasi* estancamiento que el comercio con esa región tuvo entre 1999 y el 2003.

Las ventas de México a los países comunitarios europeos crecieron en 2005 un 34.68% al pasar de 6 mil 705 millones de dólares en 2004 a 9 mil 031 millones. En contraste, las importaciones pasaron de 20 mil 908, a 24 mil 991 millones en el mismo lapso, lo que significó un crecimiento del 19.5 por ciento.

Por países, a la hora de exportar, los que más demandaron productos mexicanos fueron en orden descendente España, Alemania y Reino Unido; en tanto que en importación fueron Alemania, Italia y España.

Por sectores, se ve un fuerte impacto en las importaciones mexicanas de aquella zona por parte de la industria automotriz, motivada por la creciente demanda de vehículos de fabricación europea como es el caso de **Mercedes Benz, BMW, Renault, Volkswagen, SEAT, Ford, Volvo, Nissan, Land Rover, General Motors y Jaguar**, entre otras marcas que están importando algunos modelos que se ensamblan en esos países, y que aquí están siendo muy demandados.

Igualmente, en la parte de maquinaria y tecnología, nuestro país está adquiriendo de los países europeos bienes para la industria de las telecomunicaciones y del petróleo.

En la parte de las exportaciones se sabe que los productos agrícolas, el petróleo y las industrias de alimentos y bebidas están incrementando sus ventas a dichos países.

El impacto de este desarrollo positivo de nuestro comercio exterior con Europa ya se está reflejando en los puertos mexicanos, y en las compañías navieras que han incrementado su oferta de espacios en dicha ruta.

Entre las compañías navieras que han reforzado recientemente su participación en ese mercado están la italiana **CCL, Hamburg Sud, CMA-CGM y Hapag Lloyd**.

CRECERÁ MANZANILLO

La **Administración Portuaria Integral (API) de Manzanillo** que encabeza **Héctor Mora**, recibió la aprobación de la **Semarnat** para desarrollar la zona norte del puerto, lo que representa ganar 98 hectáreas, es decir, duplicar la capacidad actual de la terminal portuaria y con ello resolver las presiones de crecimiento del puerto para los próximos 15 a 20 años. Manzanillo es la principal puerta de entrada para el comercio de nuestro país con la región asiática que crece a ritmos de 17 a 20% al año. Después de una gestión que duró cinco años, la **Semarnat** autorizó al puerto a desarrollar las obras de ampliación, mediante un compromiso de compensar 3 a 1 las 24 hectáreas de manglar que resultarán afectadas y el pago de 10.5 millones de pesos a la **Comisión Nacional Forestal** que serán

destinados a la recuperación de zonas boscosas afectadas en el estado de Colima.

CICE BAILA EL VALS

La **Corporación Integral de Comercio Exterior (CICE)**, que dirige **Leoncio Pérez**, acaba de cumplir 15 años de su fundación como primer operador portuario privado en el puerto de Veracruz. La celebración se da en un año en el que además, la empresa está sumando una serie de buenas noticias como es la atención de nuevos servicios de contenedores como el Victory Bridge de **CMA-CGM**, la naviera que aquí en México dirige Adrián Aguayo; y los servicios ITA y CCM de **Costa Container** de **Alessio Cicchini**. Además, en breve recibirá la cuarta grúa **Gottwald**, con lo cual se convertirá en la primera terminal portuaria en América Latina en tener cuatro de estos equipos.

CTyL GANA EN NICARAGUA

El **Centro de Transporte y Logística (CTyL)** que dirige **Sergio Ruiz**, acaba de adjudicarse en licitación un contrato con el gobierno de Nicaragua para la modernización del marco jurídico de los Almacenes Generales de Depósito (AGD) de ese país. El proyecto será financiado con recursos provenientes del **Banco Interamericano de Desarrollo (BID)**. La idea es que el comercio internacional de ese país centroamericano, obtenga un mayor provecho de la figura de los AGD como instrumentos que otorgan financiamiento a través de los Certificados de Depósito y los Bonos de Prenda en forma más ágil que la banca comercial.

CARTAS

Fe de erratas

Comercio T21 ofrece una absoluta y sincera disculpa a **Reto Malfatti**, presidente de **Kuehne+Nagel México**, por el error cometido en nuestro número 6, en la nota publicada con el nombre de "Kuehne+Nagel México con nuevo presidente", al escribir en el pie de foto **Ferdinand Kurt** en lugar de **Reto Malfatti**.

De igual manera, esta casa editorial extiende una cordial disculpa a **Rodrigo Contreras**, propietario de la marca de cerveza **Duff**, pues en esa misma edición la fotografía que acompaña la nota intitulada "Hace realidad la cerveza de **Homero Simpson**", apareció con el nombre de **Rodrigo Calderón**.

Asimismo, en el número 4, en el recuadro correspondiente al reportaje de "Envase, un negocio de 8 mil mdd", dice: **Análisis por sector 2005 (envases) en su lugar debió decir (toneladas)**.

Comercio T21

ITINERARIOS MÉXICO SHIPPER

Director General
Osiel I. Cruz PachecoEditor
Enrique Torres RojasCoeditor Gráfico
Jorge Humberto de la Rosa Salazar

Consejo Editorial

Eduardo Asperó
ZanelaFrancisco Cruz
GonzálezFrancisco Uribe
CallejaGustavo Llamas
GalazSimón García
RubioFernando Ramos
Casas

Pacer Stacktrain

Translog

Autotransportes Astros

Logyt

Consultor aéreo

MECE

Redactores Miguel Ángel Castillo Ortiz, Didier Ramírez Torres, Pilar Juárez Rodríguez, Reyna Isabel Ortega Domínguez, Hugo Domínguez Muñoz, Raúl Curiel/Corresponsal Guadalajara, Tomás Briones/Corresponsal Tampico

Diseño Laura Montoya López Fotografía Arturo Bermúdez, Adán Gutiérrez Infografía e Ilustración Sergio Osorio Sánchez

Administración Claudia Ramos Sánchez Contabilidad Norma Galindo Juárez, María del Socorro Mondragón Hernández Publicidad Felipe Ramírez Arroyo, Sonia Giron Salas, Raúl Osuna Bergstrom Sistemas e Informática Aender Vargas García Logística Araceli Nieto Hernández Distribución Jesús Romero Contreras

Comercio T21 es una publicación de Grupo Comunicación y Medios S.A. de C.V. Editada en Luz Saviñón 1707 Col. Narvarte, Deleg. Benito Juárez, C.P. 03020, México, D.F. Tels. 5682-7079 y 5682-4178

Editor responsable: Osiel Cruz. Registrada ante la Dirección General de Derechos de Autor de la Secretaría de Educación Pública con el Certificado de Reserva de Derechos al uso exclusivo del título número:04-2006-060614562400-101, Registro ISSN 1870-5677 Certificado de Licitud de Título n° 13494 y Certificado de Licitud de Contenido N°11067. Distribuido por Entregando Express, Blvd. M. Ávila Camacho N° 6-A Piso 2 Col. Parque Naucalpan, Edo. Mex. C.P. 53390. Prohibida la reproducción total o parcial sin el permiso expreso de los editores. Los artículos publicados son responsabilidad absoluta de los autores y no reflejan la posición de los editores. Prerensa e Impresión: Milenio Diario S.A. de C.V., Avena 17 Col. Granjas Esmeralda, C.P. 09810 Del. Iztapalapa, México, D.F. fecha de impresión: 20 de agosto del 2006.