

CORPORATIVO

Rogelio Varela

Crece déficit en artes gráficas

Aunque la industria de artes gráficas ha mejorado su calidad, ha perdido terreno frente a las impresiones importadas.



Manuel Pérez Cárdenas.



Luis Téllez Kuenzler.



Héctor Slim Seade.

Sin duda una de las críticas del sector privado en los últimos años ha sido la pérdida de competitividad de nuestros productos, lo que ha desplazado al producto nacional por el tema de los costos.

Para muestra habrá que ver las cifras recientes de la industria de artes gráficas, que pese a tener el reconocimiento internacional por su calidad, tiene una férrea competencia con los materiales impresos de varios países.

Estamos hablando de una actividad que participa con el 0.56 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) y que da empleo a cerca de 119 mil personas.

Al respecto, **Eduardo Bres Medina**, presidente de la Unión de Industriales Litógrafos de México, AC (UILMAC), puntualiza que los materiales impresos en Méxi-

co pueden competir en calidad con los mejores del mundo, aunque en la parte de costos y en el propio tratamiento fiscal están en desventaja.

El caso es que entre 1990 y 2007 la importación de productos gráficos registró un aumento drástico y permanente.

Estamos hablando que durante este periodo en cuestión el déficit comercial del sector se incrementó de 181 a 866 millones de dólares, es decir, hay una clara tendencia ascendente en los últimos años.

A su vez, las exportaciones pasaron de 40 a 325 millones de dólares en el mismo lapso, lo que viene a ser una prueba de que la calidad del producto es buena, no así sus costos.

En otras palabras, el desequilibrio comercial crece exponencialmente al pasar de un superávit por 141



Fecha 09.07.2009	Sección Negocios	Página 18
----------------------------	----------------------------	---------------------

millones de dólares en 1990 a un déficit por 540 millones de dólares en 2007.

El crecimiento en la demanda del producto importado ha pegado en la planta productiva, de ahí que el número de empresas que participa en ese sector ha pasado de 17 mil a 14 mil 900, lo que aunado a la recesión no es el mejor escenario para el sector.

Para hacer frente a esa situación el sector ha formulado diferentes opciones:

1) La creación del centro PYMEXPORTA en las instalaciones de la Cámara Nacional de la Industria Gráfica Mexicana.

2) La realización de estudios para definir características de mercados objetivo como Estados Unidos, Europa, Suramérica y Asia.

3) Programas de capacitación para seguir elevando la calidad.

Un aspecto toral para cuajar las alternativas que la UILMAC ha planteado, está en las inversiones, que sólo en maquinaria y equipo involucraron mil 500 millones de dólares hasta 2007, en el entendido que los esfuerzos para elevar la productividad del sector deben ser permanentes.

En el tema de la calidad para incentivar al sector, desde hace años la industria ha empujado fuerte el Premio Nacional de Artes Gráficas, donde **Eduardo Veraza** participa como presidente del comité organizador.

Creado por la UILMAC hace 29 años, este concurso anual ha dado seguimiento integral al proceso de adelanto cualitativo de los impresores mexicano y de paso ha sido plataforma de exposición y reconocimiento internacionales al quehacer de esa industria.

Veraza señala que la estatura tecnológica que ha alcanzado el sector nacional se pone de relieve en los galardones que ha obtenido durante la última década en el certamen Premier Print Awards que organiza anualmente la Printing Industries of America (PIA), en Chicago, Illinois. En este acto se pre-

sentan un promedio de cinco mil 500 trabajos de empresas de todo el mundo.

Sobre la participación en la PIA habrá que decir que de 1999 a 2008 México se ha acreditado mil 564 premios, entre ellos 31 Bennys, una estatuilla de **Benjamín Franklin**, equivalente al Oscar en cinematografía.

Añada también 10 Best of Division (mejor trabajo en la división de esa especialidad), 142 Award of Recognition (finalista de la categoría en cada especialidad) y mil 375 Certificate of Merit (trabajos que merecen reconocimiento por su nivel de calidad en la impresión).

Empero, el tema de los costos sigue pegando fuerte al sector, lo que ha alimentado en plena crisis la idea de que resulta más barato imprimir fuera de México.

La industria de artes gráficas contribuye con el

0.56
POR CIENTO

del PIB y da empleo a 119 mil personas

Fovissste prepara un par más de emisiones de deuda en el mercado bursátil, cada una por unos

4
MIL MILLONES
de pesos

Viñetas: Ezquerro

Fecha 09.07.2009	Sección Negocios	Página 18
----------------------------	----------------------------	---------------------

La ruta del dinero...

Fovissste, por dos emisiones más

Estuvo ayer en el balcón de la Bolsa Mexicana de Valores el vocal ejecutivo de Fovissste, **Manuel Pérez Cárdenas**, para atestiguar la primera bursatilización de sus hipotecas por tres mil 400 millones de dólares. La operación fue relevante, dada la astringencia crediticia y la caída de 30 por ciento en las emisiones de papel de deuda. La nota es que antes de que termine el año Fovissste estaría acudiendo de nuevo al mercado para emitir un par de emisiones más en rangos que irían de los tres a los cuatro mil millones de pesos, lo que permitirá apuntalar su oferta de créditos entre la burocracia.

Telmex coloca deuda por 8 mil mdp

Ya que hablamos del mercado bursátil, que tiene como mandamás a **Luis Téllez Kuenzler**, fíjese que Telmex acaba de colocar certificados bursátiles por ocho mil millones de pesos, siendo con mucho la oferta de papel más importante en lo que va del año. La firma que dirige **Héctor Slim Seade** colocó ese papel en dos emisiones de largo plazo, la primera por cuatro mil millones de pesos a plazo de dos años y con tasa anual de TIIE de 28 días más una sobretasa de 0.74 por ciento, y la segunda, también por cuatro mil millones de pesos, a plazo de cuatro años con un premio equivalente a tasa anual de TIIE de 28 días más una sobretasa de 0.95 por ciento.

Ahora Televisa contra el CIM

Televisa se aleja cada vez más de importantes sectores que contribuyen a mejorar el desempeño de los medios de comunicación. Además de que se peleó con IBOPE —la única empresa de medición de audiencias que opera en México y a la que durante más de dos décadas le reconoció su eficiencia—, ahora la televisora de **Emilio Azcárraga Jean** cuestiona la integridad de los anunciantes, agencias de publicidad y demás integrantes del Consejo de Investigación de Medios (CIM). El caso es que al descalificar a la asociación civil que agrupa a todas las entidades del sector de la comunicación interesadas en la promoción y evolución de la investigación de los medios y de la comunicación en el país, el vicepresidente de Comercialización de Televisa, **Alejandro Quintero**, muestra que el propósito de su empresa es regresar a los tiempos en que manejaban el monopolio de la industria del entretenimiento.

Va Genomma Lab a la ANP

En una decisión polémica, Genomma Lab, que tiene como vicepresidente a **Ramón Neme**, fue aceptada como miembro activo de la Asociación Nacional de Publicidad, a cargo de **Alfonso Pieza Canela**, lo cual significa que la compañía tendrá la facultad de promover la autorregulación y enseñanza de la comunicación publicitaria a través de sus propias herramientas. Como sabe, Genomma Lab ha realizado en el último año una ardua labor en materia de publicidad, entre la que se encuentra el reconocimiento que otorgó, junto con la Secretaría de Salud, a cargo de **José Ángel Córdova Villalobos**, a jóvenes universitarios que realizaron trabajos publicitarios orientados a mejorar la calidad de vida de los mexicanos por medio de mensajes que promuevan la prevención de enfermedades respiratorias, gastrointestinales y diabetes.

ProLogis eleva presencia

Le comento que ProLogis, líder global en la operación de parques industriales, se posiciona fuertemente en la frontera norte del país. La firma que tiene como estratega aquí a **Silvano Solís** concretó el arrendamiento de más de 21 mil metros cuadrados en Ciudad Juárez a MCS Industries, el productor de marcos y artículos de decoración más importante de Norteamérica. Con el traslado de líneas de producción como éstas a sus parques en la frontera y el dinamismo que ha impreso en la zona centro, ProLogis se confirma como un referente en el negocio de arrendamiento de espacios industriales. ☒

rvarela@elfinanciero.com.mx