EL UNIVERSAL
EL GRAN DIARIO DE MÉXICO

Fecha	Sección	Página
21.09.2009	Cartera	3

NOMBRES, NOMBRES Y... NOMBRES

POR ALBERTO AGUILAR
aguilaralberto@prodigy.net.mx

Señalamientos de Cofemer a Cofepris retrasan a 2011 entrada en vigor de "pictogramas" en cajetillas de cigarros

*Anuncian hoy en Vancouver incorporación de Mexicana a "Oneworld" y desde el 9 de noviembre conexión a 700 destinos; autopartes baja del 30% en 2009 y recuperación en 2 años; subastas de frecuencias hasta fin de año

COMO ES PÚBLICO la industria del cigarro del país, básicamente un par de multinacionales, en este caso Philip Morris y British American Tobacco (BAT) están otra vez en predicamentos puesto que entre los ajustes a la Ley del Impuesto Especial Sobre Producción y Servicios (IEPS), la Secretaría de Hacienda y Crédito Público SHCP que lleva **Agustín Carstens** pretende aplicarles una vez más nuevos impuestos.

En esta ocasión la iniciativa en el Congreso de la Unión plantea una cuota de 80 centavos este año e incrementarla en 4 años hasta llegar a 2 pesos por cajetilla.

Dada la recurrente incorporación de ese rubro a las opciones para recaudar cuando hay dificultades, al igual que los vinos y licores, a la fecha enfrenta una carga impositiva que representa poco más de la mitad de lo que vale una cajetilla.

Aunque como dice la canción "fumar es un placer", la verdad es que el abuso es muy perjudicial para la salud y dicho vicio se ha convertido en un problema de orden público en el mundo.

En los últimos años incluso aquí en México poco a poco se han restringido sus espacios. En publicidad ese negocio no puede ya anunciarse ni en TV, ni en radio. En revistas las empresas cumplen restricciones muy específicas lo mismo que en publicidad exterior.

Este año además entró en vigor en todo el país la Ley Antitabaco que prohíbe fumar en restaurantes y lugares públicos salvo algunas áreas específicas. Ahora el siguiente frente de batalla para Philip Morris que lleva aquí **James R. Mortensen** y la inglesa BAT a cargo de **Andrea Martini** son las nuevas reglas que deberán cumplir en lo que son las cajetillas en las que ofrecen su producto. Más allá del tema impositivo, se cree que esto sí que deberá reducir a la larga el consumo de cigarrillos.

En la Ley General de Tabaco se aprobaron desde el año pasado una serie de especificaciones en cuanto a la información que debe imprimirse en las cajetillas.

Por ejemplo será obligatorio incluir fotos en las que aparezcan fumadores que lucirán en su físico las consecuencias de ese hábito en sus dientes, color de tez y hasta fetos que fueron dañados por ese hábito.

Las imágenes tendrán una mayor visibilidad incluso que la marca y los fabricantes ya no podrán crear subcategorías como la de tabaco suave o ligero. El tema se ha revisado en lo que va del año en Cofepris que lleva **Miguel Ángel Toscano** y ya hay un anteproyecto que se envió a la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (Cofemer), esta dependencia que por ahora está a cargo de **Alfonso Carballo**.

Para sorpresa de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) algunas puntualizaciones de Cofemer han dificultado el tema.

Se dice que incluso varias de ellas violan la propia Ley General del Tabaco y su reglamento.

El punto es que con el proceder de Cofemer se ha retrasado la entrada en vigor de dichas disposiciones, con lo que hasta ahora se podría pensar que los cabilderos de las cigarreras se han apuntado un tanto a su favor frente a las fuertes disposiciones que impuso el Congreso a ese rubro la legislatura pasada.

Se sabe que Cofepris ya ha hecho las observaciones respectivas a Cofemer, pero por ahora debido al forcejeo, las nuevas presentaciones que estaban previstas para salir a finales del año se retrasarán hasta el 2011.

Lo que sucede es que las nuevas reglas una vez publicadas en el *Diario Oficial* deberán entrar en vigor transcurridos 9 meses para que la industria se prepare.

Los "pictogramas" que habrá en México ya existen en países como Canadá, Australia, Brasil o Venezuela.

La industria del tabaco del país representa ventas en México por más de mil 200 millones de dólares anuales y el principal actor con más del 50 por ciento del mercado, es Philip Morris con su marca estrella Marlboro o Delicados.

No lejos está BAT que se distingue con Camel y que ha crecido fuerte entre los jóvenes, Viceroy o Boots.

Así que habrá que ver en lo que termina este ex-

Continúa en siguiente hoja

pediente, pista alterna a la nueva amenaza impositiva contra esta industria con el riesgo de que la excesiva carga fiscal acreciente la presencia de producto pirata.

***

LA NOTICIA ES que hoy en Vancouver "Oneworld" que lleva **John McCulloch** oficializará la incorporación de Mexicana a esa alianza global en la que participan 10 de las más grandes aerolíneas del mundo, entre ellas British Airways, Iberia, American Airlines, Japan Airlines, Cathay Pacific, LAN, Finnair, Royal Jordanian, por citar algunas. Mexicana será la número 11 y fue en abril del 2008 cuando comenzó los trámites para sumarse a ese club con el que sus pasajeros tienen acceso a 700 destinos en 150 países de Estados Unidos, Sudamérica, Europa, Asia, Australia y Medio Oriente. La fecha de arranque de Mexicana que preside **Gastón Azcárraga** y que lleva **Manuel Borja Chico** está prevista para el 9 de noviembre. Su clientela va a tener acceso a más de 550 salones VIP y conexiones múltiples con boletos electrónicos en 8 mil 500 vuelos diarios con la posibilidad de mayor acumulación de puntos. "Oneworld" maneja 330 millones de pasajeros anuales. Vale señalar que estas alianzas globales han permitido a las aerolíneas defenderse de un entorno nada favorable al permitirles una mejor planeación de rutas y al mismo tiempo ofrecer un mejor servicio a su clientela. Mexicana formó parte de "StarAlliance" hasta abril del 2004 y desde entonces se manejó la posibilidad de que algún día se subiera a "Oneworld". La otra gran alianza que hay en el planeta es "Sky Team" que data del 2002.

***

GERARDO RUIZ MATEOS, titular de la Secretaría de Economía, declaró la semana pasada con bombo y platillos que la recuperación automotriz en Estados Unidos había comenzado y que por lo pronto las autoparteras del país ya no requerían echar mano de paros técnicos. Tema de matices. Lo que sucede es que el programa de deschatarrización en el vecino país del norte empujó coyunturalmente la demanda, lo que elevó las horas de trabajo en esas empresas, más no el empleo. El Industria Nacional de Autopartes (INA) que preside **Agustín Ríos** señaló que esa mejora no es permanente. De hecho se cree que ese rubro caerá 30 por ciento en el año y que la recuperación de la mayoría de las empresas a los niveles del 2008 tomará un par de años. ¿Realmente los funcionarios creen que con esas declaraciones la situación podrá mejorar?

***

Y LA MALA nueva es que la multicitada subasta de frecuencias que preparan la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) de Juan Molinar y la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) a cargo de **Héctor Osuna** no saldrá durante este mes como se había anunciado. Hay nuevos retrasos y ahora aparentemente la industria de las telecomunicaciones deberá esperar a finales de año. Ya sabe usted lo que es el quehacer burocrático.

Hoy en Vancouver "Oneworld" oficializará la incorporación de Mexicana a esa alianza global en la que participan 10 de las más grandes aerolíneas