

Informa el IMSS que continúa el rezago respecto a 2008

# Abren 4,700 empresas en el primer semestre

➤ Refieren expertos que la mayoría son Pymes en el sector servicios

Mónica Ramírez

A pesar de que todavía no se da un crecimiento sostenido de la economía, en el primer semestre del año se dieron de alta ante el IMSS 4 mil 746 empresas, según destacaron datos del instituto.

En relación a junio de 2009, las empresas creadas ascendieron a 4 mil 7.

Aún con este avance, no se logró superar el número de patrones registrados hasta octubre de 2008, que ya había llegado a 837 mil 563, con lo que el rezago fue de 7 mil 761 al cierre de junio de 2010.

Si se compara contra junio de 2008, el descenso de patrones fue de 3 mil 649.

Las empresas que más se crearon entre enero y junio de este año fueron del sector de los servicios, que ha sido el principal motor de avance.

En el lapso referido destacó la generación de patrones en los servicios para empresas, personas y hogar con un total de mil 490, seguidas de las de la construcción, con mil 318, y de mil 208 en el comercio.

Para José Luis de la Cruz, del Centro de Investigación en Economía y Negocios del ITESM Estado de México, la creación de empresas de estos sectores se ha dado justamente como una necesidad de contar con un negocio en el que se invierta poco y a menor riesgo.

Así que en su mayoría se trata de Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes).

Pero la generación de éstas no tiene un impacto significativo ni en el empleo, ni en el ritmo de la actividad económica, precisamente porque no son actividades de mayor valor agregado, pues se trata del sector terciario.

“Se requiere de que entren empresas que impulsen otras actividades industriales como la manufacturera no maquiladora, pero como las personas sólo consumen los bienes básicos, las demás actividades se han mostrado menos dinámicas”, explicó.

Además, dijo, como la economía de Estados Unidos está experimentando una desaceleración, este factor impactará de forma adversa para la creación de compañías durante el segundo semestre de 2010.

“Al crecer EU a tasas menores limitará la creación de empresas en el País y por ende en el empleo. Esto tendrá como consecuencia que no se elimine el rezago que se tiene en la incorporación de más patrones en el IMSS desde el inicio de la crisis”, señaló.

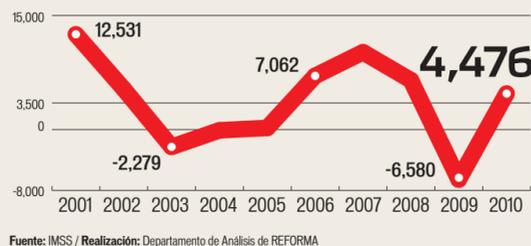
De la Cruz indicó que para que se generen unidades económicas que puedan causar un mayor impacto se requiere de inversiones significativas, pero hasta el momento esta variable ha sido negativa, tanto en la construcción como en maquinaria y equipo importado.

Alfonso Bouzas, especialista laboral de la UNAM, consideró que a pesar de una mayor creación de empresas, éstas siguen siendo micro y pequeños negocios, por lo que su permanencia no puede ser mayor a un año.

## En el camino

Aunque se dio una fuerte generación de empresas, no alcanzó a compensar los niveles que se tenían antes de la crisis. Además, se requiere de firmas de más valor agregado.

(Patrones dados de alta en el IMSS, variación entre diciembre y junio de cada año)



Fuente: IMSS / Realización: Departamento de Análisis de REFORMA

## Nuevos negocios

Los servicios y el comercio fueron en los que más se incorporaron nuevos patrones al IMSS. Los menos emprendedores fueron el agro y las industrias manufactureras de transformación.

(Generación de empresas en el primer semestre 2010)

	PATRONES	VAR.
<b>Servicios para empresas, hogar</b>	<b>224,738</b>	<b>1,490</b>
Construcción	99,052	1,318
Comercio	248,487	1,208
Servicios personales y comunales	57,886	604
Electricidad y agua	1,405	54
Industrias extractivas	2,069	36
Transporte y comunicaciones	48,947	34
Transformación	120,107	8
Agropecuaria	27,111	-6

Fuente: IMSS / Realización: Departamento de Análisis de REFORMA



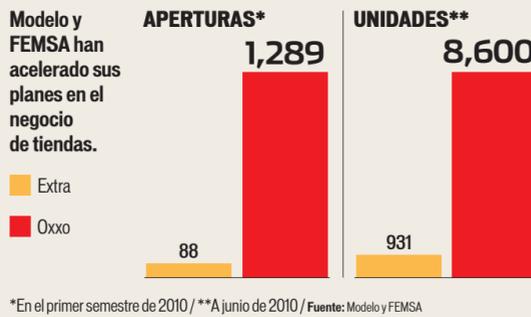
## PREMIAN ALTERNATIVAS

**AUSTRALIA.** El empresario australiano Dick Smith prometió dar el premio Wilberforce, de un millón de dólares australianos (11.4 millones de pesos), a la persona menor de 30 años que

sea capaz de impresionarlo por su liderazgo para comunicar a la gente una alternativa de desarrollo distinta al crecimiento poblacional para impulsar la economía.

# Fructifica su canal de ventas

## Comercio paralelo



\*En el primer semestre de 2010 / \*\*A junio de 2010 / Fuente: Modelo y FEMSA

➤ Suben ganancias de FEMSA y Modelo con sus tiendas Oxxo y Extra

Karla Rodríguez

Las productoras de bebidas y cervezas del País, FEMSA y Grupo Modelo, concentraron su esfuerzo en el desarrollo de sus propios canales de venta, al grado que ya compiten en importancia con los ingresos de su principal actividad.

Analistas reconocieron que la madurez en el mercado de bebidas habría llevado a las productoras a centrarse en el desarrollo del nuevo negocio.

“El sector de bebidas representa un negocio muy estacional. Depende de la época del año y del clima en los territorios de cada embotellador”, explicó Ana Paula Pedroni Quintanar, analista de IXE, en su reporte “FEMSA. Invitado del Mes”.

En el caso de Grupo Modelo, la cadena de tiendas de conveniencia Extra representa aproximadamente 4 por ciento de las ventas de la empresa y según un informe del banco UBS, las unidades contribuyen con 8 por ciento de sus ganancias.

Durante el primer semestre, Modelo ha abierto 88 tiendas, con lo que pasó de 830 Extra en 2009 a 931 hasta junio de 2010.

En el segundo trimestre, las ventas a mismas tiendas crecieron 5.2 por ciento, según UBS.

Las tiendas de conveniencia Oxxo representan 38 por ciento de las ventas de FEMSA y 24 por ciento de su ganancia (EBITDA). En promedio, mensualmente Oxxo recibe 26 mil 500 transacciones, más de 850 operaciones de compra diarias por tienda y las ventas de bebidas representan 40 por ciento de sus ingresos.

De enero a junio de 2010, las ventas a tiendas comparables de Oxxo crecieron 4.2 por ciento, el doble del incremento que registraron los autoservicios.

El aumento en las ganancias de Oxxo se debe, en parte, a que ha instrumentado mejores negociaciones con proveedores, cuenta con una mezcla de productos resistente a la recesión y un robusto crecimiento de artículos con altos márgenes (como el café y la comida rápida).

José Antonio Fernández Carbajal, presidente y director general de FEMSA, reveló recientemente, en el marco de una presentación en la universidad de Negocios de Stanford, que una de sus estrategias consiste en controlar su propia agenda comercial.

Lo anterior, dijo, porque comprendió que quienes controlan el canal de distribución y comercialización son los que pueden manejar la agenda y estacionalidad de los productos.

“Oxxo es el comercializador más importante de productos Coca-Cola y cerveza en el País. De hecho, Oxxo es el principal cliente de Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, adquiriendo aproximadamente 13 por ciento de su volumen nacional de cerveza en 2009”, según un reporte de la firma.

## Mucha leche

La división nutricional aportará hasta 15 por ciento de los ingresos de Pfizer en México.

**18 MILLONES** de dólares se invirtieron en la planta de Vallejo para aumentar su capacidad.

**20 MILLONES** de latas de fórmula infantil se fabrican ahí.

**55%** de la producción se queda en el País.

# Aumenta Pfizer capacidad

Sara Cantero

Para dejar de depender de la importación de producto proveniente de Irlanda, Pfizer decidió invertir 18 millones de dólares en la planta de fórmulas lácteas, ubicada en Vallejo, para duplicar la capacidad de producción de estos productos.

En entrevista con REFORMA, Ernesto Loboguerrero, director de Pfizer Nutrición, explicó que esta inversión les permitió ser autosuficientes en el rubro y surtir a toda Sudamérica desde la planta de México.

“El mes pasado comenzamos a exportar a República Dominicana y sólo importamos un par de productos de Irlanda, que no representan más de 10 por ciento de lo que vendemos, son fórmulas terapéuticas”, explicó.

La planta de Vallejo se adquirió con la compra de Wyeth y puede producir 20 millones de latas de leche al año.

El año pasado, Pfizer vendió 108 millones 760 mil dólares de fórmulas infantiles en México y en lo que va de 2010 la comercialización ha crecido 2.5 por ciento.

“El mercado de las fórmulas infantiles es muy maduro y muy estable. Crece al mismo ritmo de la economía y muy de la mano al número de nacimientos por año”, mencionó Loboguerrero.

La planta de fórmulas infantiles de Pfizer tiene más de 55 años y hasta hace cinco no generaba todo lo que vende en México.

Ahora, la división de productos nutricionales de la compañía es líder en el mercado, especialmente con la línea Progress Gold.

Pfizer también comercializa fórmulas especiales para atender trastornos gastrointestinales, como intolerancia a la lactosa, alergia a la proteína de la leche de vaca y reflujo.

“Todos aquellos países que se surtían de Irlanda ahora se surten de la planta de México”, agregó Adrián Chimal, director de la planta de Pfizer en Vallejo.

# Invertirán en puertos

MANILA.- International Container Terminal Services (ICTSI), el mayor operador portuario de Filipinas, planea gastar 600 millones de dólares en la ampliación de instalaciones en América Latina, conforme el crecimiento económico estimula el comercio.

La compañía hará las inversiones en Argentina, México y Colombia durante los 2 próximos años, informó el presidente del consejo, Enrique Razón, tras una asamblea de accionistas.

Previamente, la firma anunció que planea gastar 123 millones de dólares mejorando instalaciones en Manila, Brasil, Ecuador y Madagascar este año.

ICTSI ha intensificado las actividades en América Latina, al tiempo que el aumento de los precios de las materias primas y la recuperación de las economías estimulan el gasto de consumidores.

Es probable que el crecimiento económico en la región supere el de la zona del euro, Japón y Estados Unidos hasta fines de 2012, según el Banco Mundial.

“La región necesita puertos nuevos porque las instalaciones existentes están congestionadas”, dijo Haj Narváez, analista de Macquarie Group.

También comentó que es posible que ICTSI tenga capacidad para manejar 1.5 millones de contenedores de 20 pies en México, Argentina y Colombia en 2 años.

El operador de terminales tiene una capacidad total de 6.8 millones de cajas en la actualidad, dijo el analista.

# Señalan a perdedoras en la BMV

REFORMA / Staff

De un total de 47 empresas con estimados de EBITDA (utilidad operativa más depreciación), al segundo trimestre de 2010, 38 por ciento mostró resultados peores a lo previsto por analistas; 47 por ciento estuvo en línea y 23 por ciento sobresalieron.

Según un análisis de Grupo Financiero IXE, al concluir el periodo de reportes financieros de empresas al segundo trimestre en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), entre las emisoras consideradas como perdedoras están: la firma de alimentos Gruma; las siderúrgicas ICH y Simec, y la de-

sarrolladora de vivienda Urbí.

También destacan Grupo Cementos de Chihuahua y Cemex, así como las telefónicas Telmex y Axtel o las cerveceras Grupo Modelo y Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma. Se añaden Grupo Famsa, las embotelladoras Arca y Geupec, además de Carso Infraestructura y Construcciones.

Entre las firmas que mostraron un crecimiento mejor a lo esperado se encuentran las mineras Autlán y Grupo México; la cadena de restaurantes CMR; la constructora Grupo Mexicano de Desarrollo; Grupo Aeroportuario del Pacífico; Telmex Internacional; Vitro; Grupo Carso y el conglomerado Alfa.

Los analistas de IXE señalaron empresas donde sus resultados estuvieron en línea con las previsiones: Peñoles, Mexchem, Genoma Lab, la operadora de restaurantes Alsea, Lamosa y Grupo Aeroportuario Centro Norte.

Además de la cadena de autoservicios Walmart de México, Coca-Cola FEMSA, TV Azteca y América Móvil.

IXE reveló que de 10 emisoras, cuyo EBITDA representa 80.9 por ciento del total del Índice de Precios y Cotizaciones, observó un avance en términos nominales de 8.8 por ciento en el lapso referido. La muestra completa avanzó 9.8 por ciento y en el acumulado, 11.3 por ciento.